

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abkürzungsverzeichnis	13
1 Interkulturelles Ideenmanagement – Kulturelle Orientierungen und ihre Folgen für das Ideenmanagement	15
1.1 Notwendigkeit der Berücksichtigung kultureller Unterschiede ..	15
1.2 Was ist Kultur?	16
1.3 Die vier kulturellen Dimensionen von Geert Hofstede	16
1.3.1 Machtdistanz	16
1.3.2 Individualismus	17
1.3.3 Maskulinität	18
1.3.4 Unsicherheitsvermeidung	19
1.4 Kritik an Hofstedes Modell	19
1.5 Einflüsse von nationalen Gesetzen	20
1.6 Fazit	20
1.7 Literaturempfehlungen	20
1.8 Über die Autorin	20
2 Ideenmanagement und andere Unternehmensstrategien	21
2.1 Einleitung	21
2.2 Was ist Ideenmanagement?	21
2.3 Ideenmanagement – Warum?	22
2.4 Ziele im Unternehmen	24
2.5 Andere Strategien und ihr Verhältnis zum Ideenmanagement ...	26
2.5.1 Total Quality Management (TQM)	26
2.5.2 Kaizen	30
2.5.3 Qualitätszirkel/KVP-Gruppenkonzepte	31
2.5.4 Total Productive Maintenance (TPM)	34
2.6 Fazit	37
2.7 Literaturempfehlungen	38
2.8 Über den Autor	38
3 Marketingstrategien für ein erfolgreiches Ideenmanagement ..	41
3.1 Vorweg bemerkt	41
3.2 Situationsrecherche	42
3.3 Zielsetzung	43
3.4 Relevante Zielgruppen	43
3.5 Strategische Vorgehensweise	45
3.6 Timing	46
3.7 Entwicklung von zielorientierten Kommunikationsmaßnahmen	47

3.7.1	Kommunikationselement „Sympathiefigur“	48
3.7.2	Zielgruppenkommunikation detailliert betrachtet	49
3.7.3	Kommunikationsmaßnahmen in Richtung Führungskraft	50
3.7.4	Kommunikationsmaßnahmen in Richtung Gutachter	52
3.7.5	Kommunikationsmaßnahmen in Richtung Mitarbeiter	53
3.8	„Kick-off“-Veranstaltung	57
3.9	Schlussbemerkung	57
3.10	Über den Autor	58
4	Das Ideenmanagement aus der Sicht von Klein- und Mittelbetrieben	59
4.1	Problemstellung und Zielsetzung	59
4.2	Wirkungen von Klein- und Mittelbetrieben auf Wirtschaft und Gesellschaft	61
4.3	Das Ideenmanagement in Klein- und Mittelbetrieben	62
4.3.1	Grundlagen und Begriffsbestimmung	62
4.3.2	Das Vorschlagswesen als Modifikation des traditionellen BVW ...	63
4.3.2.1	Die Unternehmenskultur	63
4.3.2.2	Vom Einzelvorschlag zum Gruppenvorschlag	65
4.3.2.3	Das Vorgesetztenmodell	66
4.3.2.4	Einreichungsmöglichkeit eines VV aus dem eigenen Arbeitsbereich	66
4.3.2.5	Teilnahmeberechtigung	67
4.3.3	Einführung des Ideenmanagements in Klein- und Mittelbetrieben	68
4.3.4	Darstellung und Vergleich der Beteiligungsquoten 1999 der Klein- und Mittelbetriebe	70
4.3.5	Derzeitige Situation in der BRD und Bedeutung für Klein- und Mittelbetriebe	71
4.4	Zusammenfassung	72
4.5	Literaturverzeichnis	74
4.6	Über die Autorin	76
5	Knowledge Management	77
5.1	Einleitung	77
5.2	Ansätze und Konzepte – Knowledge-Worker und Kreative Prozesse	78
5.3	Instrumente des Knowledge-Management	81
5.3.1	Vorschlagswesen, Ideenwettbewerbe	81
5.3.2	Gruppen-Projektarbeit	83
5.3.3	Lessons Learned	83
5.3.4	Gelbe Seiten / Expertenverzeichnis	84
5.3.5	Knowledge-Broker	85
5.3.6	Kommunikationsforen	86
5.3.7	Kreativitätsinseln	87
5.3.8	Datenbanken, Bibliotheken, Archive, Portale, Ideenpools	87

5.4	Ideenmanagement und Knowledge-Management als Bausteine eines Management-Konzeptes	88
5.5	Fazit	90
5.6	Anknüpfungspunkte zur Konzeption eines Wissensmanagements	91
5.7	Literaturempfehlungen	92
5.8	Dank	93
5.9	Über die Autorin	93
6	Dezentrale Strukturen und Zielvorgaben im Ideenmanagement – Das Erfolgsrezept der FAG Kugelfischer Georg Schäfer AG	95
6.1	Der Weg zum heutigen Ideenmanagement	95
6.2	Unternehmenskultur	95
6.2.1	Entwicklungs- und Erfahrungspotenzial	96
6.2.2	Organisationsstruktur des Ideenmanagements	97
6.2.2.1	Zentrale Struktur des Vorschlagswesens	97
6.2.2.2	Dezentrale Struktur des Vorschlagswesens	97
6.2.2.3	Bedeutung des Themas im betrieblichen Prozess	98
6.3	Führung im Ideenmanagement am Beispiel von FAG	98
6.3.1	Früherer Standard: Zielvorgaben ohne Kontrolle der Zielerreichung	98
6.3.2	Heutiger Standard: Kennzahlenvisualisierung (Ziele und Zielerreichung)	99
6.3.2.1	Einführung mittels Management by Objectives (Top-Down-Process)	99
6.3.2.2	Kennzahlengestützte Steuerung und Controlling	100
6.3.2.3	Resultate aus der Umstellung auf ein dezentrales System am Beispiel aktueller Ergebnisse	101
6.4	Resümee – Unterschied zwischen herkömmlichen und heutigem System und dessen Vorteile	103
6.5	Über den Autor	104
7	Vorschlagswesen im Wandel – Ideenmanagement der Deutschen Post auf neuem Kurs	107
7.1	Vorschlagswesen im Wettlauf mit dem Wandel	107
7.2	Zeitgemäßes Vorschlagswesen als Führungsinstrument	107
7.3	Konzeption und Schritte zum Ideenmanagement	108
7.4	Unternehmensziele und Ideenmanagement in einer Linie	109
7.4.1	Kriterien für zeitgemäßes Ideenmanagement	110
7.4.2	Wann mit dem Ideenmanagement starten?	111
7.4.3	Vom Regelwerk zur Rahmenbetriebsvereinbarung	112
7.5	Deutsche Post auf neuem Kurs	112
7.5.1	Entscheidungsabläufe vereinfacht	113
7.5.2	Prämie für Entscheider	113
7.5.3	Viel-Ideen-Programm	114

7.5.4	Ideenmanagement mit messbaren Resultaten	114
7.6	Über die Autoren	115
8	Steuerungssysteme, Controlling und Kennzahlen	117
8.1	Grundlagen	117
8.2	Konkrete Gestaltung eines Controllings für das Ideenmanagement	118
8.3	Abhängigkeiten und Instrumente	120
8.3.1	Abhängigkeiten	121
8.3.2	Kennzahlensystem	122
8.3.3	Beteiligungs-Nutzen-Portfolio	124
8.3.4	Wirtschaftlichkeitsanalyse	125
8.4	Fazit	126
8.5	Literaturempfehlungen	127
8.6	Über die Autorin	127
9	Bewertung und Prämierung von VV	129
9.1	Einleitung	129
9.2	Prämienplan	130
9.3	Ersparnisse und Vorteile aus VV	130
9.4	VV mit errechenbaren Vorteilen	132
9.5	VV mit nicht errechenbaren Vorteilen	132
9.6	Prämienermittlung für VV	133
9.6.1	nach Prozentsätzen	133
9.6.2	nach Punkten	135
9.6.3	nach Klassen	136
9.7	Bewerten von Gruppenvorschlägen	137
9.8	Bewerten von VV zur Arbeitssicherheit, zum Gesundheitsschutz und zum Umweltschutz	139
9.9	Korrekturfaktoren	142
9.10	Prämienzahlung	144
9.11	Prämienarten	145
9.12	Gutachter- und Vorgesetztenbeteiligung	146
9.13	Zusätzliche Anerkennungen / Prämienbonus	148
9.14	Grundsatzregeln	149
9.14.1	Priorität (Erstrecht)	149
9.14.2	Schutzfrist	149
9.14.3	Sperrfrist	150
9.14.4	Nutzungsrecht	150
9.15	Schlussbetrachtung	150
9.16	Über den Autor	151
10	Wirtschaftlichkeit des Ideenmanagements	153
10.1	Einsparungen berechnen	153
10.1.1	Die Kostenvergleichsrechnung	153

10.1.2	Schritte der Kostenvergleichsrechnung	154
10.1.3	Regeln der Kostenvergleichsrechnung	154
10.2	Einführungskosten	155
10.3	Vergleich der Kosten von Eigenfertigung und Fremdbezug	155
10.4	Investitionen	156
10.5	Nutzungs- oder Abschreibungsdauer	156
10.6	Errechenbare / nicht errechenbare Einsparungen	157
10.7	Arbeitszeit	157
10.8	Nutzen und Kosten	158
10.8.1	Kosten der Begutachtung	159
10.8.2	Werbekosten	159
10.9	Über den Autor	160
11	Arbeitsrechtliche Aspekte des Ideenmanagements	161
11.1	Rechtsgrundlagen und Wesensmerkmale des Ideenmanagements	161
11.2	Die Vergütung	163
11.2.1	Vergütungsgrund	163
11.2.2	Prämienbemessung	164
11.3	Arten von Verbesserungsvorschlägen und ihre rechtliche Behandlung	164
11.3.1	Der technische Verbesserungsvorschlag in Abgrenzung zur Arbeitnehmererfindung	164
11.3.2	Der „qualifizierte“ Verbesserungsvorschlag	165
11.3.3	Der „einfache“ Verbesserungsvorschlag	165
11.3.4	Der Gruppenvorschlag	166
11.4	Mitwirkungs- und Beratungsrechte des Betriebsrates	166
11.4.1	Gegenstand der Mitbestimmung	166
11.4.2	Inhalt und Umfang	167
11.4.3	„Quality circles“ und „KVP“	169
11.4.4	Sonstige Informations- und Kontrollrechte des Betriebsrats	169
11.4.5	Mitbestimmungsprobleme bei einem dezentralen Vorschlagssystem (Vor Ort- oder Vorgesetztenmodell)	170
11.5	Das Regelungsinstrument der Betriebsvereinbarung	170
11.5.1	Abschluss einer BVW-Betriebsvereinbarung	170
11.5.2	Fragen des Teilnehmerkreises (persönlicher Geltungsbereich) ...	171
11.5.3	Beendigung und Nachwirkung der Betriebsvereinbarung	172
11.6	Die BVW-Kommission	173
11.6.1	Rechtliche Stellung und personelle Besetzung	173
11.6.2	Rechtsschutz und Rechtsweg bei Kommissionsentscheidungen ..	174
11.7	Über den Autor	174
12	Steuerliche Behandlung von Prämien für Verbesserungsvorschläge	177
12.1	Einleitung	177

12.2	Allgemeines	177
12.3	Bewertung von Sachbezügen (Tz. 12.3.1–12.3.5)	178
12.4	Einzelfälle (Tz. 12.4.1–12.4.7)	181
12.5	Möglichkeiten der Besteuerung (Tz. 12.5.1–12.5.4)	182
12.6	Umsatzsteuer	183
12.7	Fazit	184
12.8	Über den Autor	184
13	Praktische Tipps zur Verbesserung des Ideenmanagements, internationale Trends und Ausblick auf zukünftige Entwicklungen	185
13.1	Kritische Erfolgsfaktoren und strategische Schlüsselbereiche	185
13.1.1	Alles, was bemessen wird, wird in Angriff genommen	186
13.1.2	Alles, was geschult wird, wird in Angriff genommen	188
13.1.3	Alles, was anerkannt wird, wird in Angriff genommen	190
13.1.4	Alles, was kommuniziert wird, wird in Angriff genommen	193
13.1.5	Alles, was gezielt gefragt wird, wird in Angriff genommen	195
13.1.6	Alles, was weiterentwickelt wird, wird in Angriff genommen	195
13.2	Entscheidende Trends	199
13.2.1	Balanced Scorecards (BSC)	199
13.2.2	Eingliederung	200
13.2.3	Vernetzung	200
13.2.4	Konvergierung	201
13.2.5	Kunden-Lieferanten Einbeziehung	201
13.2.6	Intranet und Internet	201
13.2.7	Outsourcing	202
13.2.8	Service	203
13.3	Ausblick in die Zukunft	204
13.3.1	Gestern, Heute, Morgen	204
13.3.2	Ideenmanagement	204
13.3.3	Förderung von Kreativität	205
13.3.4	Zum Abschluss	205
13.4	Über den Autor	206
	Betriebsvereinbarungen	207
	Musterbetriebsvereinbarung	209
	Geschichtliche Entwicklung des Betrieblichen Vorschlagswesens	219