

Jochen Hamatschek

Lebensmittelmanagement

66 Abbildungen

15 Tabellen

Verlag Eugen Ulmer Stuttgart

Inhalt

Vorwort	8
1 Einführung: Idee und Rahmen des Buches	10
2 Lebensmittelmanagement: Was ist das?	15
2.1 Was bedeutet Management?	15
2.2 Was ist ein Manager und welche Aufgabe hat er?	18
2.3 Die Lebensmittelwirtschaft als Teil des Agribusiness	22
2.4 Die Unternehmensstruktur als Handlungsrahmen	25
2.5 Die Wertschöpfungskette als zentrale Managementaufgabe	26
2.6 Managementmodelle	28
2.7 Exkurs: Unternehmerische Kennzahlen	31
2.8 Literatur	33
3 Der Mensch im Zentrum der Lebensmittelwirtschaft	34
3.1 Die Evolution der menschlichen Ernährung	34
3.1.1 Ernährung 1.0: Paläodiät im Garten Eden	35
3.1.2 Ernährung 2.0: Die Neolithische Revolution vor 10000 Jahren	36
3.1.3 Ernährung 3.0: Die Folgen der Industriellen Revolution	38
3.2 Energiegewinnung aus der Nahrung	40
3.3 Sucht, Depression, Narzissmus – drei apokalyptische Reiter des Managements	47
3.3.1 Das Belohnungssystem	48
3.3.2 Alkohol als gesellschaftlich weitgehend toleriertes Suchtmittel	49
3.3.3 Stress, Depression, Burn-out	50
3.3.4 Narzissmus – die Sucht nach sich selbst	53
3.4 Zusammenfassung – der Mensch als biologisches Wesen	55
3.5 Literatur	56

4	Die Lebensmittelwirtschaft	58
4.1	Hochschulen der Lebensmittelwirtschaft	60
4.2	Die Lebensmittelindustrie	62
4.3	Der Lebensmittelhandel	65
4.4	Die Zulieferindustrie	67
4.5	Organisationen der Politik und der Lebensmittelüberwachung	68
4.5.1	Das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL)	71
4.5.2	Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR)	72
4.6	Verbraucherzentralen	73
4.7	Weitere Organisationen der Lebensmittelwirtschaft	74
4.8	Selbstverständnis und Image der Lebensmittelwirtschaft	77
4.9	Literatur	80
5	Das Immunsystem einer Organisation	82
5.1	Ethik, Compliance Management und Risikomanagement: Instrumente gegen Störgrößen	83
5.2	Ethik: Kant in den Chefsessel holen?	86
5.3	Compliance Management	93
5.4	Risikomanagement	96
5.5	Authority Levels	102
5.6	Literatur	105
6	Die Anatomie der Organisation – Baupläne und Strukturen	107
6.1	Organisationen benötigen Strukturen.	108
6.2	Funktionen und Strukturen einer Aufbauorganisation	111
6.3	Die Matrixorganisation	115
6.4	Die Ablauforganisation	116
6.5	Literatur	118
7	Beschaffung und Vertrieb – zwei untrennbare unternehmerische Aufgaben	119
7.1	Unternehmensergebnisse durch Stellgrößen des Einkaufs optimieren.	121
7.2	Vertrieb	130
7.3	Vertragsgestaltung als Instrument der Risikominimierung	135
7.4	Literatur	141
8	Projekt- und Produktmanagement	142
8.1	Projektmanagement: Grundlagen und Normen.	145
8.1.1	Organisation und Projektleitung	146
8.1.2	Managementmethoden und Normen	148
8.1.3	Projektplanungsverfahren	150
8.1.4	Claims Management (Nachforderungsmanagement)	151

8.2	Produktmanagement	152
8.2.1	Aufgaben des Produktmanagers.	152
8.2.2	Organisation des Produktmanagements.	153
8.3	Literatur	155
9	Unternehmenskommunikation:	
	Externes und internes Berichtswesen	156
9.1	Interne Berichterstattung (Reporting).	157
9.2	Externes Berichtswesen	161
9.3	Literatur	168
10	Innovationsmanagement – wie kommt das Neue erfolgreich in die Welt?	169
10.1	Unternehmensstrategie und Ideenfindung	171
10.2	Von der Idee zum Produkt – Forschung und Entwicklung	177
10.3	Störgrößen auf dem Weg zum Erfolg	180
10.4	Innovationsmanagement als wesentlicher Bestandteil der Wertschöpfungskette	182
10.5	Exkurs: Wie misst man die Wirkung von Lebensmitteln auf Menschen?.	183
10.6	Literatur	190
11	Change Management	192
11.1	Change Management unter äußerem Druck	195
11.1.1	Change Management in Krisensituationen	195
11.1.2	Change Management bei strukturellen Änderungen	197
11.1.3	Das Beispiel TA Triumph Adler GmbH	199
11.1.4	Das Beispiel Kodak	199
11.2	Interne Anstöße für Veränderungen	200
11.3	Managementlehren aus der Evolutionstheorie	206
11.4	Literatur	210
12	Der Jahresabschluss: Von Managern, die auf das Datum starren	212
12.1	Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP)	215
12.2	Kurzfristig greifende Maßnahmen im Krisenfall	216
12.3	Nachhaltiges krisenfestes Wirtschaften – die Flexibilisierung des Unternehmens	219
12.4	Wachstum: Nachhaltig und profitabel?	221
12.5	Literatur	225
13	Die Management-Denkweise – ein Schlusswort	227
	Abkürzungsverzeichnis	230
	Abbildungsquellen	231
	Sachregister	232