

Geleitwort

Industrieunternehmen stehen heute weltweit vor großen Herausforderungen. Zur Lösung dieser komplexen Aufgaben, wie Beherrschung des rasanten technologischen Wandels, Erfüllung der sich schnell ändernden Kundenwünsche, Begegnung des internationalen Wettbewerbs- und Kostendrucks sowie Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit, wird seit einigen Jahren der Einsatz hybrider Wettbewerbsstrategien vorgeschlagen. Bei diesen Strategien hat das Konzept der Mass Customization sowohl im Schrifttum als auch in der unternehmerischen Praxis die größte Bedeutung erlangt. Mit der Strategie der Mass Customization wird angestrebt, individuell gestaltete und preiswerte Güter und/oder Dienstleistungen für einen (relativ) großen Markt zu produzieren, die die unterschiedlichen Bedürfnisse jedes einzelnen Nachfragers dieser Produkte treffen. Bei der Umsetzung dieser Strategie sind in vielen Branchen häufig die erfolgreich am Markt eingeführten Produkte in immer kürzeren Zeitabständen durch innovative Produktgenerationen zu ersetzen. Die dazu erforderlichen Produktwechsel führen jedoch zu einer Destabilisierung der eingeschwungenen Prozesse beim Hersteller bzw. auf der Netzwerkebene. Umfangreiche Literaturrecherchen sowie eine sehr informative empirische Untersuchung haben gezeigt, dass das Problem des Produktwechsels bisher nur von wenigen Mass Customizern zufriedenstellend gelöst wird. Herr Slamanig erarbeitet überzeugende Gestaltungsempfehlungen, mit denen Produktwechsel effektiv vorzubereiten und effizient durchzuführen sind. Detaillierte Untersuchungen traditioneller und moderner Managementkonzepte, Gestaltungshinweise für das Wissensmanagement in Produktwechselprojekten, die Entwicklung von Anlaufstrategien sowie die Erfassung und Verrechnung von Produktwechselkosten vermitteln dem Leser wertvolle Informationen. Einen guten Einblick in die Behandlung des Produktwechsels in Unternehmen der Automobil-, Fahrrad-, Möbel- und Notebookindustrie verschaffen die Ergebnisse der empirischen Untersuchung.

Das vorliegende Buch, dem eine an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt angefertigte Dissertation zugrunde liegt, bringt sowohl den Lesern aus der Wissenschaft als auch der unternehmerischen Praxis eine Fülle neuer Erkenntnisse sowohl für das Produktionsmanagement als auch für das Produktwechselmanagement.