

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	III
Der Autor	V
1 Der Markt	1
1.0 Allgemeines	1
1.1 Die Menschen im Markt	4
1.2 Multiplikatoren, Drivers, Trends	21
1.3 Die Märkte	30
1.4 Der Wettbewerb	37
2 Das Unternehmen	43
2.0 Die Logik	43
2.1 Marktmanagement	47
2.1.1 Marke und Verantwortung.....	47
2.1.2 Marketing – Allgemeines.....	49
2.1.2.1 Marketing – Der Auftritt.....	51
2.1.2.2 Marketing – Das Budget.....	54
2.1.2.3 Marketing – Inhalte/Aufgaben.....	55
2.1.2.4 Marketing – „buzzwords“/Schlagworte.....	61
2.1.3 Innovationen.....	68
2.1.4 Marktforschung.....	73
2.1.5 Agenturen.....	81
2.1.6 Handel.....	85
2.1.7 Catering – HoReCa/Anstalten, Kranken- häuser/Systemgastronomie/b2b/Großhandel.....	89
2.2 Die Supply Chain	98
2.2.1 Der Einkauf.....	102
2.2.2 Die Produktion.....	111

3	Die Entwicklungsabteilung	123
3.0	Allgemeines	123
3.1	Technologien	126
3.1.1	WER – Die Besetzung.....	127
3.1.2	WAS – Der Arbeitsbereich.....	129
3.1.3	WIE – Die Umsetzung	131
3.2	Kulinarik	133
3.2.1	Chefmanship	134
3.2.2	Die Sensorik	136
3.2.3	Studio	139
3.3	Wissen	141
3.3.1	Externes Wissen	141
3.3.2	Internes Wissen.....	143
3.3.3	Wissensmanagement.....	144
3.4	Analytik	146
3.4.1	Was und Wie	149
3.4.2	Die Konkurrenzanalytik	151
3.4.3	Die Kunden.....	153
3.4.4	Grenzen und Gefahren.....	156
3.5	Qualität – Definition	158
3.5.1	Die Aufgabenstellung	159
3.5.2	Gewährleistung	161
4	Der Leiter der Entwicklung	165
4.0	Allgemeines	165
4.1	Fähigkeiten, Talente, Skills des Entwicklers	172
4.2	Maßnahmen	180
4.2.1	Nach oben	181
4.2.2	Nach außen.....	196
4.2.3	Nach innen	200

5	Von der Idee zum Produkt – Der Highway	209
5.0	Allgemeine Betrachtungen	209
5.1	Die Ideenfindung	225
5.2	Das Screening	230
5.3	Der Prototyp	237
5.4	Das Scaling-up	242
5.5	Die Produktion	247
5.6	Der Launch/Die Einführung	248
5.7	Nach der Einführung/After Launch Activities (PLA)	249
5.8	Nachwort	250
	Glossar	253