

Inhalt

Vorwort — V

Abbildungsverzeichnis — X

Tabellenverzeichnis — XII

1	Der Wandel in der Beschaffung — 1
1.1	Vom Erfüllungsgehilfen zum Wertgestalter — 1
1.2	Die Gründe des Philosophiewandels — 4
1.3	Die Internationalisierung der Beschaffung — 5
1.3.1	Chancen und Risiken der Internationalisierung — 5
1.3.2	Einteilung der Lieferantenmärkte — 6
2	Einordnung des Lieferantenmanagements in der Beschaffung — 8
2.1	Definition und Ziele des Beschaffungsmanagements — 8
2.2	Beschaffungsverhalten industrieller Kunden — 9
2.3	Merkmale von industriellen Märkten — 9
2.4	Gegenstand der Beschaffung — 10
2.5	Der Beschaffungsprozess — 11
2.5.1	Die Phasen des Beschaffungsprozesses — 12
2.5.2	Beschaffungswirkungen und Soll-Vorgaben — 15
2.6	Integriertes Beschaffungsmarketing — 17
2.7	Handlungsfelder — 18
2.8	Ansatzpunkte für das Lieferantenmanagement — 20
3	Strategisches Lieferantenmanagement — 22
3.1	Inhalt und Vorgehensweise — 22
3.2	Analyse der Lieferantenstruktur — 23
3.2.1	Lieferantensegmentierung — 23
3.2.2	Ableitung von Normstrategien — 27
3.3	Strategisches Lieferantenmanagement der Audi AG — 29
3.3.1	Motivation — 29
3.3.2	Ziele des Lieferantenmanagements — 30
3.3.3	Der strategische Prozess und seine Phasen — 32
3.4	Schnittstellen des Lieferantenmanagements — 37
3.4.1	Organisatorische Schnittstellen — 37
3.4.2	Inhaltliche Schnittstellen — 38

4	Operatives Lieferantenmanagement — 44
4.1	Lieferantenscouting — 44
4.1.1	Definition und Einordnung in das Beschaffungsmarketing — 44
4.1.2	Vorgehensweise: vom Weltmarkt zum potenziellen Lieferanten — 44
4.1.3	Der Scoutingfokus bei der Audi AG — 46
4.1.4	Process-Summary: Lieferantenscouting — 47
4.2	Lieferantenbewertung — 47
4.2.1	Definition und Begriffsabgrenzung — 47
4.2.2	Motivation einer Lieferantenbewertung — 50
4.2.3	Ziele und Nutzen einer Lieferantenbewertung — 51
4.2.4	Die Lieferantenbewertung als Grundlage des Lieferantenmanagements — 53
4.2.5	Anforderungen an die Lieferantenbewertung — 54
4.2.6	Fachbereichsübergreifende Lieferantenbewertung — 56
4.2.7	Bewertungskriterien und Gewichtung — 57
4.2.8	Arten und Verfahren der Lieferantenbewertung — 59
4.2.9	Gestaltung der Lieferantenbewertung bei der Audi AG — 64
4.2.10	Umsetzung der Lieferantenbewertung in die Praxis — 70
4.2.11	Process-Summary: Lieferantenbewertung — 74
4.3	Lieferantenklassifizierung — 74
4.3.1	Definition — 74
4.3.2	Motivation der Lieferantenklassifizierung — 74
4.3.3	Ziele und Nutzen der Lieferantenklassifizierung — 75
4.3.4	Klassifizierungskriterien — 75
4.3.5	Organisation der Klassifizierung bei der Audi AG — 77
4.3.6	Process-Summary: Lieferantenklassifizierung — 80
4.4	Lieferantenentwicklung — 80
4.4.1	Definition und Begriffsabgrenzung — 80
4.4.2	Motivation der Lieferantenentwicklung — 82
4.4.3	Ziele und Nutzen der Lieferantenentwicklung — 82
4.4.4	Möglichkeiten der Lieferantenentwicklung — 84
4.4.5	Operative Durchführung der Lieferantenentwicklung bei der Audi AG — 84
4.4.6	Process-Summary: Lieferantenentwicklung — 88
4.5	Lieferantenauswahl — 89
4.5.1	Die Entscheidung als letzter Schritt im Auswahlprozess — 89
4.5.2	Sourcingstrategien — 89
4.5.3	Rahmenbedingungen der Lieferantenauswahl — 91
4.5.4	Die Lieferantenauswahl im Lieferantenmanagement bei der Audi AG — 92
4.5.5	Werkzeuge zur Unterstützung der Lieferantenauswahl — 93
4.5.6	Process-Summary: Lieferantenauswahl — 99

4.6	Inhalt der Lieferantenintegration —	99
4.6.1	Definition —	99
4.6.2	Motivation der Lieferantenintegration —	100
4.6.3	Zielsetzung und Nutzen der Lieferantenintegration —	101
4.6.4	Möglichkeiten der Lieferantenintegration —	103
4.6.5	Integration in der Entwicklungsphase —	103
4.6.6	Integration in der Industrialisierungsphase —	105
4.6.7	Integration in der Produktionsanlaufphase bei der Audi AG —	105
4.6.8	Process-Summary: Lieferantenintegration —	108
5	Umsetzung des Lieferantenmanagements —	109
5.1	Voraussetzungen —	109
5.2	Organisatorische Verankerung —	110
5.3	Informationstechnische Implementierung des Lieferantenmanagementprozesses —	111
5.4	Einführung eines strategischen Lieferantenmanagements in die Praxis —	113
6	Zusammenfassung —	118
A	Anhang —	119
	Literatur —	125
	Stichwortverzeichnis —	129