

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Übersicht der Abbildungen, Tabellen und Abkürzungen	XV
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Methodik	3
1.2.1 Wissenschaftliche Einordnung	3
1.2.2 Übergreifendes Forschungsdesign	4
1.2.3 Methode der empirische Untersuchung	6
1.3 Struktur der Arbeit	8
1.4 Einordnung in die bestehende Forschung	11
2 Beschaffungsmanagement im Unternehmen	15
2.1 Begriffsbestimmung und historische Entwicklung	15
2.1.1 Abgrenzung und Begriffsbestimmung Beschaffungsmanagement	15
2.1.2 Historische Entwicklung des Beschaffungsmanagements	16
2.1.3 Perspektiven und Trends im Beschaffungsmanagement	19
2.2 Operative und strategische Aufgaben	19
2.2.1 Operatives Beschaffungsmanagement und der Beschaffungsprozess .	19
2.2.2 Strategisches Beschaffungsmanagement	22
2.3 Preisfindung und E-Procurement im Beschaffungsmanagement	25
2.3.1 Klassische Preisfindung durch Verhandlungen	25
2.3.2 E-Procurement und neue Formen der Preisfindung	27
2.3.2.1 Begriffsbestimmung und Bestandteile des E-Procurement	28
2.3.2.2 Zielsetzungen des E-Procurement	30
2.4 Einsatz von Online-Einkaufsauktionen	31

3	Auktionen in Ökonomie und Spieltheorie	35
3.0.1	Relevanz des Auktionsdesigns – Die UMTS-Auktionen in Europa	35
3.0.2	Geschichte der Auktionen	37
3.0.3	Auktionsformen und ihre Verbreitung	38
3.0.4	Exkurs: Einkaufsauktionen für Privatpersonen	42
3.1	Theorie einfacher Auktionen	42
3.1.1	Die spieltheoretische Analyse von Auktionen	44
3.1.2	Das Revenue Equivalence Theorem	48
3.1.2.1	Risikoeinstellung der Bieter	49
3.1.2.2	Unterschiedliche Wertschätzungen der Bieter	50
3.1.2.3	Symmetrien und Asymmetrien zwischen den Bietern	53
3.1.2.4	Erfolgsabhängige Preise, Eintritts- und Reservationspreise	58
3.1.2.5	Kollusion und Kartelle	61
3.1.3	Weitere Gestaltungsaspekte einfacher Auktionen	64
3.1.3.1	Beendigung von Englischen Auktionen	64
3.1.3.2	Budgetbeschränkungen	65
3.1.3.3	Externalitäten zwischen den Bietern	66
3.1.3.4	Endogene Teilnahme der Bieter	66
3.1.3.5	Stochastische Anzahl von Bietern	68
3.1.3.6	Sicherstellung der Liquidität der Bieter	68
3.1.4	Sozialpsychologische Ansätze zur Auktionstheorie	69
3.1.5	Zusammenfassung der Theorie einfacher Auktionen	71
3.2	Theorie der Auktionen mehrerer Güter	72
3.2.1	Die zeitliche Abfolge von Auktionen	73
3.2.1.1	Sequentielle Auktionen	73
3.2.1.2	Simultane Auktionen	75
3.2.2	Preisfestlegung bei simultanen Auktionen	76
3.2.2.1	Kompetitive Auktionen	76
3.2.2.2	Diskriminierende Auktionen	78
3.2.3	Auktionen komplementärer Güter	79
3.2.3.1	Sequentielle Auktionen komplementärer Güter	80
3.2.3.2	Simultane ansteigende Auktionen komplementärer Güter	81
3.2.3.3	Kombinatorische Auktionen	82
3.3	Theorie Multiattributer Auktionen	85
3.3.1	Festlegung von Scoringfunktionen	86
3.3.2	Qualitätsdiskriminierung	87
3.3.3	Formen Multiattributer Auktionen	88
3.3.4	Informationstransparenz bei Multiattributen Auktionen	90

4	Forschungshypothesen und Vorgehen der empirischen Untersuchung	93
4.1	Forschungshypothesen für die empirische Untersuchung	93
4.2	Vorgehen der empirischen Untersuchung	99
4.2.1	1. Phase: Experteninterviews mit Auktionsanbietern	100
4.2.2	2. Phase: Allgemeine Unternehmensbefragung	102
4.2.3	3. Phase: Experteninterviews mit Nutzern von Einkaufsauktionen ...	103
4.2.4	4. Phase: Validierung der Ergebnisse mit erfahrenen Führungskräften	103
4.3	Methodische Anmerkungen zur empirischen Untersuchung	104
4.3.1	Auswahl Experten und Durchführung der Befragung	104
4.3.2	Auswertung der Ergebnisse	107
4.3.3	Überprüfung der Ergebnisse	109
5	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	111
5.1	Perspektiven von Auktionen im Beschaffungsmanagement	111
5.1.1	Verbreitung von Auktionen	111
5.1.2	Verbindlichkeit des Auktionsergebnisses	114
5.1.3	Motive für den Einsatz von Einkaufsauktionen	115
5.1.4	Beschaffungsobjekte in Einkaufsauktionen	116
5.1.5	Perspektiven komplexer Auktionsformen	117
5.2	Auswahl von Auktionsformen	118
5.2.1	Einsatz von Holländischen- und Erstpreisauktionen	118
5.2.2	Einsatz und Gestaltung Englischer Auktionen	119
5.2.3	Nutzung weiterer Auktionsformate	121
5.3	Gestaltungsmerkmale einzelner Auktionen	122
5.3.1	Anzahl der Teilnehmer in einer Auktion	122
5.3.2	Einsatz von Diskriminierung und Prämien in Auktionen	123
5.3.3	Festlegung von Anfangspreisen	124
5.3.4	Bieterkartelle	125
5.3.5	Beendigung von Auktionen	125
5.3.6	Information über die Anzahl der Teilnehmer	126
5.3.7	Sonstige Gestaltungsmerkmale von Einkaufsauktionen	126
5.4	Einsatz von komplexeren Auktionsformen	127
5.4.1	Nutzung sequentieller und simultaner Auktionen	127
5.4.2	Einsatz kompetitiver simultaner Auktionen	129
5.4.3	Verbreitung Kombinatorischer Auktionen	129
5.4.4	Einsatz Multiattributer Auktionen	130

5.5	Umsetzungsschwierigkeiten bei der Einführung von Einkaufsauktionen	131
5.5.1	Umsetzungsschwierigkeiten im eigenen Unternehmen	131
5.5.2	Umsetzungsschwierigkeiten bei den Lieferanten	133
5.6	Systematische Zusammenhänge beim Einsatz von Auktionen	135
5.6.1	Zusammenhang zwischen Intensität des Einsatzes von Auktionen und Nutzung von Auktionsformen	136
5.6.2	Zusammenhang zwischen Intensität des Einsatzes von Auktionen und dem Einsatz komplexer Auktionen	137
5.6.3	Zusammenhang zwischen der Nutzung Holländischer Auktionen und dem Einsatz komplexer Auktionen	138
6	Abgleich der Ergebnisse mit bestehenden empirischen Untersuchungen	139
6.1	Zusammenfassende Darstellung der Ergebnisse	140
6.2	Perspektiven von Einkaufsauktionen	142
6.2.1	Verbreitung von Auktionen	142
6.2.2	Relevanz der Verbindlichkeit des Auktionsergebnisses	143
6.2.3	Motive für den Einsatz von Auktionen	144
6.2.4	Beschaffungsobjekte in Einkaufsauktionen	145
6.2.5	Einsatz komplexer Auktionen	146
6.3	Auswahl von Auktionsformen	146
6.3.1	Holländische- und Erstpreisauktionen	148
6.3.1.1	Einfluss von Asymmetrie, Risikoaversion und Varianzminimierung ..	149
6.3.1.2	Beurteilung Einsatz von Holländischen- und Erstpreisauktionen ...	151
6.3.2	Englische Auktionen	152
6.3.2.1	Verbreitung Englischer Auktionen	152
6.3.2.2	Varianten der Englischen Auktion	153
6.3.3	Empirische Untersuchungen weiterer Auktionsformen	154
6.4	Gestaltungsmerkmale von Auktionen	155
6.4.1	Anzahl der Bieter in Auktionen	155
6.4.2	Diskriminierungen und Prämien in Auktionen	156
6.4.3	Die Auswirkungen von Anfangspreisen	158
6.4.4	Empirie zu Kartellen und Kollusion	159
6.4.4.1	Gefahr von Kollusion	159
6.4.4.2	Identifikation von Kollusion	160
6.4.5	Beendigung von Auktionen	161

6.4.6	Informationen über die Anzahl der Teilnehmer	162
6.5	Einsatz komplexer Auktionen	162
6.5.1	Sequentielle und Simultane Auktionen für mehrere Güter	162
6.5.1.1	Einsatz sequentieller Auktionen	162
6.5.1.2	Festlegung von Losgrößen	164
6.5.2	Preisfindung bei simultanen Auktionen	165
6.5.2.1	Kompetitive versus Diskriminierende Auktionen	165
6.5.2.2	Analysen zur „Demand Reduction“	166
6.5.3	Auktionen komplementärer Güter	167
6.5.3.1	Sequentielle Auktionen komplementärer Gütern	169
6.5.3.2	Untersuchungen Kombinatorischer Auktionen	169
6.5.4	Multiattribute Auktionen	171
6.5.4.1	Vergleich Multiattributer Auktionen mit einfachen Auktionen	172
6.5.4.2	Formen Multiattributer Auktionen	173
6.6	Die Einführung von Auktionen im Beschaffungsmanagement	174
6.6.1	Einführung im beschaffenden Unternehmen	174
6.6.2	Einfluss der Einführung auf die Lieferanten	176
6.6.2.1	Einfluss auf die Zulieferbeziehung	176
6.6.2.2	Einfluss der Auktionsgestaltung auf Lieferanten	177
7	Handlungsempfehlungen zum Einsatz und zur Ausgestaltung von Auktionen	179
7.1	Einführung und Einsatz von Auktionen	180
7.1.1	Vorteile von Einkaufsauktionen	180
7.1.2	Merkmale von Auktionsnutzern	182
7.1.3	Geeignete Beschaffungsobjekte für Einkaufsauktionen	183
7.1.4	Erfolgreiche Einführung von Auktionen	186
7.1.4.1	Überzeugung der Mitarbeiter	186
7.1.4.2	Überzeugung der Lieferanten	188
7.2	Gezielte Nutzung unterschiedlicher Auktionsdesigns	189
7.2.1	Gestaltung Englischer Auktionen	189
7.2.2	Einsatz anderer Auktionsformen	193
7.2.3	Wesentliche Gestaltungsaspekte einzelner Auktionen	197
7.2.3.1	Anzahl der Bieter	197
7.2.3.2	Einsatz von Diskriminierungen und Prämien	198
7.2.3.3	Festlegung von Anfangspreisen	198
7.2.3.4	Der Umgang mit Kartellen und Kollusion	199

7.2.3.5	Beendigung von Auktionen	200
7.2.3.6	Informationen über die Anzahl der Bieter	201
7.2.3.7	Verbindlichkeit von Einkaufsauktionen	201
7.2.3.8	Weitere Gestaltungsaspekte einfacher Auktionen	203
7.3	Nutzung komplexer Auktionen	204
7.3.1	Simultane oder Sequentielle Auktionen mehrerer Güter	205
7.3.2	Festlegung von Losgrößen	205
7.3.3	Kombinatorische Auktionen für die Beschaffung ähnlicher Güter	206
7.3.4	Multiattribute Auktionen für die Vergabe komplexer Aufträge	207
8	Ausblick	211
8.1	Zukünftige Entwicklungen bei der Nutzung von Einkaufsauktionen	211
8.2	Weitere Forschungsfragen	213
Anhang		217
Literatur		223