

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Symbolverzeichnis	XXV
1. Einführung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.1.1 Lieferantenmanagement als Erfolgsfaktor für das Unternehmen	1
1.1.2 Schwächen des bestehenden Lieferantenmanagements.....	3
1.1.3 Forschungsfrage und Zielsetzung	6
1.2 Aufbau der Arbeit.....	8
1.3 Forschungsmethodik.....	11
2. Lieferantenmanagement.....	13
2.1 Einordnung des Lieferantenmanagements in die Beschaffung.....	13
2.1.1 Begriff und Bedeutung der Beschaffung	13
2.1.2 Ziele in der Beschaffung	15
2.1.3 Phasen des Beschaffungsprozesses	19
2.1.4 Lieferantenmanagement als Teil des Beschaffungsprozesses	23
2.2 Determinanten des Lieferantenmanagements	25
2.2.1 Beschaffungsobjektmerkmale.....	25
2.2.2 Beschaffungsstrategien	26
2.2.3 Nachfrage- und Angebotsstruktur.....	29
2.2.4 Bewertungsmotiv und Kaufsituation	29

2.3	Inhalte des Lieferantenmanagements - Literaturüberblick	32
2.3.1	Lieferantenvorauswahl.....	34
2.3.1.1	Lieferantenidentifikation.....	35
2.3.1.2	Lieferanteneingrenzung	36
2.3.1.2.1	Selbstauskunft des Lieferanten	37
2.3.1.2.2	Zertifikate	39
2.3.1.2.3	K.O.-Kriterien.....	40
2.3.2	Lieferantenanalyse und –bewertung	41
2.3.3	Lieferantenauswahl	45
2.3.4	Lieferantencontrolling.....	46
2.3.5	Steuerung der Lieferantenbeziehung	49
2.3.5.1	Steuerungsinstrumentarien.....	50
2.3.5.2	Maßnahmen der Lieferantenbeeinflussung.....	52
2.4	Lieferantenmanagement in der Praxis im Überblick	54
2.4.1	Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Untersuchung	55
2.4.1.1	Forschungsmethodische Einordnung der Studie.....	56
2.4.1.2	Konstruktion des Erhebungsinstrumentes.....	56
2.4.1.3	Festlegung von Untersuchungsfeld und Stichprobe	59
2.4.1.4	Untersuchungsverlauf	60
2.4.1.5	Statistische Verfahren der Datenauswertung	64
2.4.2	Ausgewählte Ergebnisse der Studie.....	64
2.4.2.1	Lieferantenvorauswahl und –analyse.....	64
2.4.2.2	Lieferantencontrolling und –steuerung	70
2.4.3	Exkurs: Studie zum Lieferantenmanagement in KMU.....	76
3.	Lieferantenbewertung	77
3.1	Bedeutung der Lieferantenbewertung.....	77
3.2	Ziele der Lieferantenbewertung.....	80
3.3	Anforderungen an die Lieferantenbewertung	82
3.4	Bewertungskriterien.....	86
3.4.1	Klassifizierung von Kriterien.....	87
3.4.1.1	Mengenleistung.....	88
3.4.1.2	Qualitätsleistung	88
3.4.1.3	Logistikleistung.....	89

3.4.1.4	Entgeltleistung	91
3.4.1.5	Serviceleistung	92
3.4.1.6	Informations- und Kommunikationsleistung	93
3.4.1.7	Innovationsleistung	94
3.4.1.8	Umweltleistung	94
3.4.2	Verfahren der Kriterienauswahl	97
3.5	Verfahren der Lieferantenbewertung	101
3.5.1	Quantitative Verfahren	102
3.5.1.1	Preis-Entscheidungsanalyse	102
3.5.1.1.1	Preisbeobachtung	103
3.5.1.1.2	Preisvergleich	103
3.5.1.1.3	Preisstrukturanalyse	104
3.5.1.2	Kosten-Entscheidungsanalyse	107
3.5.1.3	Optimierungsverfahren	108
3.5.1.4	Kennzahlenverfahren	109
3.5.1.5	Bilanzanalyse	113
3.5.2	Qualitative Verfahren	115
3.5.2.1	Numerische Verfahren	116
3.5.2.1.1	Notensysteme	116
3.5.2.1.2	Punktbewertungsverfahren	118
3.5.2.1.3	Matrix-Approach	123
3.5.2.1.4	Nutzwertanalyse	125
3.5.2.2	Verbale Verfahren	128
3.5.2.2.1	Checklistenverfahren	128
3.5.2.2.2	Portfolio-Analyse	128
3.5.2.2.3	Lieferantentypologien	136
3.5.2.3	Graphische Verfahren	140
3.5.2.3.1	Profilanalyse	140
3.5.2.3.2	Lieferanten-Gap-Analyse	143
3.5.3	Weitere Ansätze zur Lieferantenbewertung	145
3.5.3.1	Expertensysteme	146
3.5.3.1.1	Operatorbasierte Lieferantenbewertung	147
3.5.3.1.2	Fuzzy Logic-basierte Lieferantenbewertung	148
3.5.3.2	Geldwertmethode	151

3.5.3.3	Komplexe Verfahrensansätze im Überblick	153
3.5.3.3.1	Analytic Hierarchy Process und Erweiterungen.....	153
3.5.3.3.2	Principal Component Analysis	153
3.5.3.3.3	Activity-Based-Costing	155
3.5.3.3.4	Cluster Analysis.....	156
3.6	Lieferantenbewertung in der Praxis	158
3.6.1	Betriebliche Rahmenbedingungen	158
3.6.2	Ziele und Anforderungen	163
3.6.3	Bewertungskriterien und Entscheidungssituationen	165
3.6.4	Bekanntheit und Bedeutung der Bewertungsverfahren	167
3.7	Kritische Würdigung der Verfahren	173
4.	Das Lieferanten-Bewertungs-System auf Basis der Faktorenanalyse	177
4.1	Faktorenanalyse	177
4.1.1	Einordnung der Faktorenanalyse	179
4.1.2	Teilschritte der Faktorenanalyse	181
4.1.2.1	Errechnung der Korrelationsmatrix	185
4.1.2.2	Extraktion der Faktoren	188
4.1.2.2.1	Das faktorenanalytische Modell	188
4.1.2.2.2	Kommunalitäten und Eigenwerte	191
4.1.2.2.3	Faktorextraktionsverfahren.....	192
4.1.2.3	Faktorrotation.....	204
4.1.2.4	Bestimmung der Faktorwerte.....	208
4.2	Konzeption des Lieferanten-Bewertungs-Systems	213
4.2.1	Schritt I: Festlegung der Bewertungskriterien	215
4.2.2	Schritt II: Deskriptive Analyse der Lieferantenmerkmale	217
4.2.3	Schritt III: Durchführung der Faktorenanalyse	221
4.2.4	Schritt IV: Interpretation des FaktorwertepLOTS	222
4.3	Einsatzmöglichkeiten des Lieferanten-Bewertungs-Systems	227
4.3.1	Einsatz in der Lieferantenvorauswahl.....	228
4.3.2	Einsatz in der Lieferantenbewertung und –auswahl	238
4.3.2.1	Manuell ungewichtete Lieferantenmerkmale.....	239
4.3.2.2	Gewichtete Lieferantenmerkmale	253
4.3.3	Einsatz in Lieferantencontrolling und -steuerung.....	265

4.3.3.1	Auswahl von Partnern zur Lieferantenförderung	265
4.3.3.2	Klassifikation und Repräsentation des Lieferantenstammes	273
4.4	Vorteile und Grenzen des Lieferanten-Bewertungs-Systems	285
5.	Weitere multivariate Verfahren im Rahmen des Lieferantenmanagements	291
5.1	Klassifikation mit der Clusteranalyse	291
5.1.1	Grundkonzept der Clusteranalyse	291
5.1.1.1	Distanzmatrix	292
5.1.1.2	Klassifikationstyp	294
5.1.1.3	Clusteranalyseverfahren	295
5.1.1.3.1	Partitionierende Verfahren	295
5.1.1.3.2	Hierarchische Verfahren	296
5.1.2	Anwendung zur Lieferantenvorauswahl	299
5.2	Repräsentation mit der multidimensionalen Skalierung (MDS)	303
5.2.1	Grundkonzept der MDS nach Kruskal	303
5.2.2	Anwendung zur Lieferantenvorauswahl	305
5.2.3	Anwendung zur manuellen Kriteriengewichtung	307
6.	Schlussbetrachtung	310
6.1	Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	310
6.2	Ausblick und offene Fragen	314
Anhang	321
Literaturverzeichnis	387