

	IX
Inhaltsübersicht	
Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XV
1 Einleitung	1
2 Grundlagen des Supply Chain Managements	11
3 Spezifikation des Forschungsprojektes	33
4 Theoretische Grundlagen der Arbeit	53
5 Potentiale und Hindernisse der Kooperation von Zulieferern	91
6 Einfluss eines Kunden auf die Kooperation seiner Zulieferer	175
7 Zusammenfassung	209
8 Literaturverzeichnis	217

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XV
1 Einleitung	1
1.1 Motivation	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau	4
1.3 Forschungstheoretische Einordnung	6
2 Grundlagen des Supply Chain Managements	11
2.1 Ursprünge der Supply-Chain-Management-Diskussion	11
2.2 Supply Chains als Objekt	13
2.2.1 Ansätze von Supply-Chain-Definitionen	13
2.2.2 Netzwerke als Strukturreferenz für Supply Chains	16
2.2.2.1 Die Modellierung von Supply Chains als Netzwerk	16
2.2.2.2 Das Güternetzwerk als Partialnetzwerk von Supply Chains	19
2.2.2.3 Das soziale Netzwerk als Partialnetzwerk von Supply Chains	20
2.2.2.4 Wechselwirkungen der Partialnetzwerke	22
2.3 Supply Chain Management als Gestaltungsaufgabe	24
2.3.1 Schulen des Supply Chain Managements	25
2.3.2 Konzeptioneller Rahmen für Supply-Chain-Management-Aktivitäten	29
3 Spezifikation des Forschungsprojektes	33
3.1 Abgrenzung des Forschungsobjektes	33
3.2 Die Forschungsfragen	38
3.2.1 Forschungsfragen und ihre praktische Relevanz	38
3.2.1.1 Erste Forschungsfrage	38
3.2.1.2 Zweite Forschungsfrage	41
3.2.2 Forschungsstand und Forschungsdefizit	42
3.2.2.1 Horizontale Beziehungen in der Supply-Chain-Literatur	43
3.2.2.2 Bestehende Beiträge zu den Forschungsfragen	46
3.2.2.3 Forschungsdefizit	48
3.3 Wahl der Forschungsmethodik	50
4 Theoretische Grundlagen der Arbeit	53
4.1 Auswahl der zugrunde gelegten ökonomischen Modelle	54
4.2 Die Industrieökonomie	58
4.2.1 Eigenschaften der Akteure	60
4.2.2 Handlungen der Akteure auf der Basis der Produktions- und Kostentheorie	62

4.2.3	Interaktion der Akteure auf der Basis der Wettbewerbstheorie	65
4.2.4	Kritik des Ansatzes und Relevanz für die Supply-Chain-Analyse	69
4.3	Die Neue Institutionenökonomie	71
4.3.1	Eigenschaften der Akteure	72
4.3.2	Interaktion der Akteure auf der Basis des Prinzipal-Agenten-Ansatzes	74
4.3.3	Interaktion der Akteure auf der Basis des Transaktionskostenansatzes	77
4.3.4	Kritik der Ansätze und Relevanz für die Supply-Chain-Analyse	87
5	Potentiale und Hindernisse der Kooperation von Zulieferern	91
5.1	Darstellung der Analysestruktur	91
5.1.1	Potentiale der Zusammenarbeit zwischen Zulieferern	91
5.1.2	Hindernisse der Zusammenarbeit	93
5.1.2.1	Akteurseigenschaften als Ausgangspunkt des Organisationsproblems	94
5.1.2.1.1	Das Koordinationsproblem	95
5.1.2.1.2	Das Motivationsproblem	97
5.1.2.1.3	Institutionen als Lösungsansätze des Organisationsproblems	100
5.1.2.2	Einschränkungen bei der Gestaltung von Institutionen	103
5.1.2.2.1	Eingeschränkte Messbarkeit	103
5.1.2.2.2	Asymmetrische Spezifität	104
5.1.2.2.3	Nicht-Verifizierbarkeit	105
5.1.2.2.4	Veränderung und Anpassung	106
5.1.3	Beispiele der Zusammenarbeit	107
5.2	Modellierung von Potentialen auf der Basis der Produktionstheorie	107
5.2.1	Potentiale der Zusammenarbeit	107
5.2.1.1	Anbieter substitutiver Güter	108
5.2.1.2	Anbieter komplementärer Güter	110
5.2.2	Hindernisse der Zusammenarbeit	111
5.2.2.1	Anbieter substitutiver Güter	111
5.2.2.2	Anbieter komplementärer Güter	112
5.2.3	Beispiele der Zusammenarbeit	113
5.2.3.1	Anbieter substitutiver Güter	113
5.2.3.2	Anbieter komplementärer Güter	115
5.3	Modellierung von Potentialen auf der Basis der Wettbewerbstheorie	116
5.3.1	Potentiale der Zusammenarbeit	117
5.3.1.1	Anbieter substitutiver Güter	117
5.3.1.2	Anbieter komplementärer Güter	118
5.3.2	Hindernisse der Zusammenarbeit	120
5.3.2.1	Anbieter substitutiver Güter	120
5.3.2.2	Anbieter komplementärer Güter	123
5.3.3	Beispiele der Zusammenarbeit	124
5.3.3.1	Anbieter substitutiver Güter	124
5.3.3.2	Anbieter komplementärer Güter	126
5.4	Modellierung von Potentialen auf der Basis des Prinzipal-Agenten-Ansatzes	128
5.4.1	Potentiale der Zusammenarbeit	128
5.4.1.1	Agency-Kosten in der vertikalen Beziehung	129
5.4.1.1.1	Der Zulieferer als Prinzipal	130
5.4.1.1.2	Der Kunde als Prinzipal	133

5.4.1.2	Reduktion von Agency-Kosten durch horizontale Zusammenarbeit	135
5.4.2	Hindernisse der Zusammenarbeit	138
5.4.2.1	Der Zulieferer als Prinzipal	138
5.4.2.2	Der Kunde als Prinzipal	140
5.4.3	Beispiele der Zusammenarbeit	143
5.4.3.1	Der Zulieferer als Prinzipal	143
5.4.3.2	Der Kunde als Prinzipal	145
5.5	Modellierung von Potentialen auf der Basis des Transaktionskostenansatzes	147
5.5.1	Potentiale der Zusammenarbeit	148
5.5.1.1	Neue Informationen und die Anpassung von Verträgen	148
5.5.1.2	Reduktion von Kosten schlechter Anpassung	150
5.5.2	Hindernisse der Zusammenarbeit	156
5.5.3	Beispiele der Zusammenarbeit	158
5.6	Potentiale technischer Innovationen	162
5.6.1	Potentiale der Zusammenarbeit	163
5.6.2	Hindernisse der Zusammenarbeit	165
5.6.3	Beispiele der Zusammenarbeit	168
5.7	Zwischenfazit	169
6	Einfluss eines Kunden auf die Kooperation seiner Zulieferer	175
6.1	Interesse eines Kunden an der Kooperation seiner Zulieferer	176
6.1.1	Externe Effekte der einzelnen Kooperationsbereiche	176
6.1.1.1	Potentiale auf der Basis der Produktionstheorie	176
6.1.1.2	Potentiale auf der Basis der Wettbewerbstheorie	177
6.1.1.3	Potentiale auf der Basis des Prinzipal-Agenten-Ansatzes	178
6.1.1.4	Potentiale auf der Basis des Transaktionskostenansatzes	179
6.1.1.5	Potentiale technischer Innovationen	181
6.1.2	Zusammenhänge zwischen den Kooperationsbereichen	183
6.2	Einfluss des Kunden auf die Zuliefererkooperation	188
6.2.1	Einfluss auf das Koordinationsproblem	188
6.2.1.1	Ansätze der Einflussnahme	188
6.2.1.2	Erforderliche Eigenschaften des Kunden für eine Einflussnahme	189
6.2.2	Einfluss auf das Motivationsproblem	190
6.2.2.1	Ansätze der Einflussnahme	190
6.2.2.2	Erforderliche Eigenschaften des Kunden für eine Einflussnahme	192
6.2.3	Komparative Vorteile bei der Lösung des Organisationsproblems	194
6.3	Beispiele der Einflussnahme auf Zuliefererkooperationen	198
6.3.1	Phänomene der Toyota Supplier Association und des KMUnet	198
6.3.2	Maßnahmen der Entwicklung horizontaler Supply-Chain-Beziehungen	202
6.3.2.1	Zuliefererqualifizierungs- und -entwicklungsprogramme	202
6.3.2.2	Supplier Segmentation	203
6.3.2.3	Identitätsbildung	206
7	Zusammenfassung	209
8	Literaturverzeichnis	217