

Inhalt

Geleitwort	5
Vorwort	6
Integrated Supply Management – Übersicht zu den Beiträgen	15
<i>Ronald Bogaschewsky</i>	

Einführung

Integrated Supply Management – Zukunftskonzept für die Beschaffung	23
<i>Ronald Bogaschewsky</i>	
1 Problemstellung	24
2 Ganzheitliche Betrachtung der Beschaffungsaufgabe	25
3 IT-Systeme und weitere wichtige Hilfsmittel	30
4 Aktuelle Partialkonzepte im Beschaffungsmanagement	32
4.1 Supply Chain/Network Management	33
4.2 Enterprise/Supplier Relationship Management	37
4.3 E-Collaboration/Collaborative Commerce	39
4.4 Total Business Integration/Enterprise Application Integration/ Inter-Enterprise Integration	41
4.5 Business Intelligence-Intranets und -Extranets/ Informationsteilung und Vendor Managed Inventory	44
5 Skizze eines Integrated Supply Managements	45
6 Ausblick	48
Zusammenfassung	49
Literaturangaben	50

Supply Chain/Network Management

Konzept und Gestaltungsfelder des Supply Network Managements	55
<i>Udo Buscher</i>	
1 Begriff und Ursprünge des Supply Network Managements	56
2 Versorgungsnetzwerke als Organisationsform	60
3 Gestaltungsaufgaben im Supply Network Management	63
3.1 Wettbewerbsstrategische Gestaltungsaufgaben	63
3.2 Strukturelle und prozessuale Gestaltungsaufgaben	67
3.3 Informations- und kommunikationstechnische Gestaltungsaufgaben	75
Zusammenfassung	80
Literaturangaben	80

Transparenz in der Beschaffung und proaktives Supply Network Management auf Basis eines SCM-Leitstands	87
<i>Volker Nissen</i>	
1 Erfolgsfaktor Logistik	88
2 Beschaffungslogistik als Teil des Supply Chain Managements	89
3 Transparenz und proaktives Netzwerkmanagement in der Beschaffungslogistik	92
3.1 Beispiel-Szenario für die heutige Situation	92
3.2 Konzept eines SCM-Leitstands: Supply Chain Event Management	93
3.3 Softwaretechnische Umsetzung am Beispiel von SAP-Software	97
3.4 Beispielhaftes Anwendungsszenario	101
4 Weitere Anwendungsmöglichkeiten und Nutzenpotenziale	105
5 Aspekte der Einführung einer SCEM-Lösung	107
6 Ausblick	111
Zusammenfassung	113
Literaturangaben	113
Erfolgsfaktoren und Hebel der Beschaffung im Rahmen eines Integrated Supply Managements	117
<i>Peter Nyhuis/Harald Rottbauer</i>	
1 Ergebnisse der Benchmarking-Studien	118
2 Erfolgsfaktoren der Beschaffungslogistik	121
3 Standardbeschaffungsmodelle	123
4 Umsetzungskonzept	128
4.1 Beschaffungsstrategie	129
4.2 Redesign von Produkten und Prozessen	131
4.3 Auswahl der Beschaffungsmodelle	132
4.4 Lieferantenanbindung	133
4.5 Ausweitung auf weitere Lieferanten	133
Zusammenfassung	135
Literaturangaben	136
Effizienzgewinne und Optionspreismodelle in Value Chain Networks	139
<i>Christian Behr-Karla/Andreas Jahn</i>	
1 Das Problem der Verteilung von Effizienzgewinnen	140
2 Neue Preismodelle zur Steuerung von Supply Chain Networks	144
3 Der Weg vom klassischen Supply Chain Management zu Value Chain Networks	149

Zusammenfassung	151
Literaturangaben	151
Value Network Management – neue Möglichkeiten für Agenten	153
<i>Tamara Müller/Christian Behr-Karla</i>	
1 Trends in der Industrie	154
2 Vom Supply Chain Management zum Value Network Management	156
3 Herausforderungen in Value Networks	160
3.1 Überblick	161
3.2 Prozesse	162
3.3 Organisation	163
3.4 IT-Systeme	164
4 Neue Möglichkeiten mit Agenten	166
4.1 Charakterisierung von Agenten	166
4.2 Thesen zu Nutzenpotenzialen	168
4.3 Einsatzgebiete für Agenten	169
5 Agenten – Szenarien in Value Networks	171
5.1 Übergreifende Planungsprozesse im E-Value Network	171
5.2 Szenario: ATP-Check im E-Value Network	172
5.3 Anforderungen an ein E-Value Network	173
5.4 Status in der Praxis	175
Zusammenfassung	175
Literaturangaben	176

E-Collaboration

Procurement Success through Switching out Competition	181
<i>Jürgen Peukert/David Read</i>	
1 Why Collaboration?	182
1.1 The Trends behind Collaboration	182
1.2 Types of Collaboration	183
1.3 Which Type of Collaboration generates the greatest benefit?	183
2 Benefits and Risks of the Types of Collaboration	184
2.1 Team Purchasing	184
2.2 Supply Chain Integration	186
2.3 Product Development	188
3 Critical Success Factors	190
3.1 Internal Teamwork	190

3.2	External Teamwork	191
3.3	System Integration	192
3.4	Security	192
4	From Leverage to Collaboration	193
4.1	Portfolio Analysis	193
4.2	Buyer's Options in the Leverage Quadrant	194
4.3	Example of Product Collaboration	196
5	Impact on Vendors, Customers and the Market	197
6	Risk Management	199
7	Looking forward	201
	Summary	204

E-Collaboration-Initiative bei DaimlerChrysler 205

Olaf Koch/Martina Gerst

1	Von der Vision zur Realität	206
1.1	Die Ausgangssituation	206
1.2	Die DCXNET Initiative und ihre Bausteine	208
2	Die Vernetzung der Zulieferpartner – E-Collaboration im Bereich B2B.....	216
2.1	Die Internet-Plattform Covisint	217
2.2	Das „DC Covisint Global Supplier Portal“	218
2.3	E-Engineering	220
2.4	E-Procurement	222
2.5	E-Supply	225
2.6	E-Quality	227
2.7	E-Ordering	228
3	Ausblick	230
	Zusammenfassung	230
	Literaturangaben	232

**Technische Voraussetzungen und Konzepte für den Aufbau
von Kooperationen in der Automobilzulieferindustrie 233**

Erich Gampenrieder/Thorsten Bick

1	Ausgangssituation	234
1.1	Neue Herausforderungen	234
1.2	Logistische Hausaufgaben eines Tier 1-Supplier im internationalen Umfeld	235
2	Ziele, Voraussetzungen und Aufgabenstellung	239
3	Vorgehensweise im Projekt	241

3.1	Formen von Collaboration	241
3.2	Die SNC-Vision bei der Edscha AG	244
4	Realisierung	245
5	Technische Voraussetzungen	248
6	Entwicklungsstufen der Collaboration	251
7	Nutzen aus der Realisierung	254
	Zusammenfassung	258

Collaboration and Inventory Visibility – Standardsoftware für die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit 261

Adi Stahuber/Torsten Böttjer

1	Steuerung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsketten	262
1.1	Integration der Wertschöpfungsstufen	262
1.2	Ursachen sprunghafter Nachfrageänderungen	264
1.3	Collaborative Planning	265
2	Nutzenpotenziale von Collaborative Planning	266
2.1	Basisüberlegungen der Supply Chain Collaboration	266
2.2	Verkürzung von Reaktionszeiten	267
2.3	Planung mit Alternativen und Multi-round Forecasting	271
2.4	Weitere Einsatzgebiete	274
3	Anforderungen an eine Software-Lösung	274
3.1	Flexible Anpassung an Prozesse durch das Exception Management Framework	275
3.2	Phasen der Zusammenarbeit	276
3.3	Multiple Wege der Anbindung von Handelspartnern	280
	Zusammenfassung	281
	Literaturangaben	282

Supplier Relationship Management

Der Einfluss elektronischer Märkte auf die Beziehungsqualität – Theoretische Grundlagen und empirische Ergebnisse 285

Wolfgang Stölzle/Roland Helm

1	Elektronische Märkte – ein Hype auch für die Beziehungsqualität?	287
2	Implikationen der Beschaffung über elektronische Märkte für die Beziehungsqualität aus theoriegeleiteter Sicht	291
2.1	Vertrauen als zentrales Konstrukt der Beziehungsqualität	292
2.2	Neue Determinanten der Beziehungsqualität bei einer Beschaffung über elektronische Märkte	300

2.3	Modellierung der Beziehungsqualität bei einer Beschaffung über elektronische Märkte	302
3	Empirische Ergebnisse zum Einfluss elektronischer Märkte auf die Beziehungsqualität	304
3.1	Änderungen der klassischen Erfolgsgrößen des Beziehungsmarketings bei Beschaffung über elektronische Märkte – Befunde aus einem Pretest	305
3.2	Zusammensetzung der Stichprobe und Ablauf der Befragung	306
3.3	Operationalisierungen	307
3.4	Veränderungen bei zentralen Konstrukten des Beziehungsmodells bei Beschaffung über elektronische Märkte	308
3.5	Einfluss des Fulfillments als Gestaltungsparameter von elektronischen Märkten auf die Beziehungsqualität	311
4	Handlungsempfehlungen	313
	Zusammenfassung	314
	Literaturangaben	315
	Literaturangaben zu Abbildung 2	321
	Supplier Lifetime Value als Ansatz zur Neubewertung von Lieferantenbeziehungen	323
	<i>Michael Eßig</i>	
1	Zum Problem der Lieferantenbeziehungen	324
1.1	Historische Entwicklung des Beschaffungs- und Beziehungsmanagements	324
1.2	Informationsökonomische Analyse von Beschaffungskonzepten	327
2	Lösungsansätze für das Lieferantenbewertungsproblem	329
3	Supplier Relationship Management und Supplier Lifetime Value	333
3.1	Dominanz absatzgetriebener Relationship Management-Konzepte	333
3.2	Das Konzept des Supplier Lifetime Value und seine Probleme	335
4	Schlussfolgerungen: Erste empirische Befunde und weiterer Forschungsbedarf	338
	Zusammenfassung	340
	Literaturangaben	340
	Wettbewerbsvorteile im Einkauf durch Supplier Relationship Management	347
	<i>Rüdiger von Dahlen</i>	
1	Wettbewerbsvorteile im Einkauf durch Supplier Relationship Management	348

2	E-Procurement als Basis von SRM	349
3	Prozesskostensenkung in der MRO-Beschaffung	352
3.1	Strategien für den Einsatz elektronischer Produktkataloge	352
3.2	Verbindung von Dokumenten	357
3.3	C-Rooms als Kollaborationsplattformen	359
4	SRM als modernes Beschaffungsmanagement	361
4.1	SRM ist auch eine Frage des geeigneten Softwareproduktes	361
4.2	Umgang mit Sourcing Tools	364
4.3	Neue Aspekte der Lieferantenqualifikation	367
5	Fazit	368
	Zusammenfassung	370

**Coordinated Sourcing – Koordination von Beschaffungsprojekten
mit Hilfe integrierter Lieferantenbeziehungen** 371

Raimund Schlotmann/Lutz Kiefer

1	Integriertes Beschaffungsmanagement als Ausgangspunkt für eine Zusammenarbeit über Unternehmensgrenzen hinweg	372
2	Supplier Relationship Management als Ansatz ganzheitlicher Beschaffung	373
2.1	Idee und Kernbestandteile des Supplier Relationship Managements	373
2.2	Lieferantenmanagement	375
2.3	Coordinated Sourcing – Organisation kooperativer Ausschreibungsprojekte	378
3	ASP-Modell als Basis für strukturiertes Informationsmanagement	381
	Zusammenfassung	382

Recht und Sicherheit in Unternehmensnetzwerken

Wichtige Rechtsfragen des elektronischen Einkaufs 387

Fritjof Börner

1	Die juristische Ausgangslage	388
2	Der Vertragsabschluss beim elektronischen Einkauf	389
2.1	Zustandekommen des Vertrages	389
2.2	Der Mausklick als Willenserklärung	390
2.3	Zugang von Willenserklärungen	390
2.4	Stellvertretung	391
2.5	Schriftlichkeit von Erklärungen	392
2.6	Die Verwendung Allgemeiner Geschäftsbedingungen	394
3	Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr	395

3.1	Regelungsgegenstand des § 312 e BGB	396
3.2	Voraussetzungen des § 312 e BGB	396
3.3	Die Pflichten nach § 312 e BGB	398
3.4	Rechtsfolgen	403
4	Digitale Signatur	406
5	Gerichtsstand und anwendbares Recht	409
6	Wettbewerbs- und kartellrechtliche Fragen	412
	Zusammenfassung	415
	Literaturangaben	416

Sicherheitsaspekte in unternehmensübergreifenden Netzwerken 417

Matthias Leu

1	Das Internet	418
1.1	Verbreitung und Gefahrenpotenzial	418
1.2	Technologie des Internets	420
1.3	Heutige Anforderungen	421
2	E-Business heute	423
2.1	Eingesetzte Technologie im E-Business	423
2.2	Risiken für Anwender	427
2.3	Risiken für Serverbetreiber	431
2.4	Risiken für interne Systeme	434
3	Schutz vor Risiken	436
3.1	Generelle Schutzmaßnahmen	437
3.2	Schutz für Applikationen des E-Business	440
3.3	Fazit	442
	Zusammenfassung	443