

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Relevanz der Arbeit aus dem Praxiskontext	1
1.2	Motivation der Arbeit aus dem Forschungskontext	4
1.3	Zielsetzung der Arbeit, zentrale Fragestellung und Vorstellung der Forschungsmethodik	6
1.4	Aufbau der Arbeit	9
2	Konzeptionelle Grundlagen und Stand der Forschung	13
2.1	Einordnung in den Bezugsrahmen	13
2.2	Methodisches Vorgehen zur strukturierten Literaturanalyse	15
2.3	Grundlagen des Lieferantenmanagements	17
2.3.1	Definition	18
2.3.2	Interaktionsmodell der IMP-Group	19
2.4	Grundlagen des Anlaufmanagements	21
2.4.1	Definition	21
2.4.2	Ziele des Anlaufmanagements	26
2.4.3	Produktionsanlauf – Ein Phasenmodell für den Anlauf	26
2.5	Grundlagen der Kommunikation	29
2.5.1	Definition	29
2.5.2	Modelle	33

2.5.3	Formen der Kommunikation	42
2.6	Zwischenfazit: Analysemodell der Lieferantenkommunikation im Anlaufmanagement	46
2.7	Zusammenfassung der Ergebnisse der strukturierten Literaturanalyse und Ableitung der Forschungslücken zur Lieferantenkommunikation im Anlaufmanagement	49
2.8	Konkretisierung der Forschungsfragen sowie Methodik	58
2.9	Grundlagen der Forschungsmethodik – Kausalanalyse und Strukturgleichungsmodelle	63
2.9.1	Einordnung der Kausalanalyse und Strukturgleichungsmodelle	63
2.9.2	Softwareanwendung SmartPLS	67
2.9.3	Vorgehen zur Modellformulierung	67
2.9.3.1	Konstrukte höherer Ordnung	71
2.9.3.2	Multigruppenanalysen	74
2.9.4	Vorgehen zur Evaluation eines Strukturgleichungsmodells	74
2.9.5	Gütekriterien des Messmodells	75
2.9.5.1	Evaluation reflektiv spezifizierter Messmodelle	77
2.9.5.2	Evaluation formativ spezifizierter Messmodelle	81
2.9.6	Gütekriterien des Strukturmodells	81
3	Theorien zu den Wirkungszusammenhängen der Lieferantenkommunikation im Anlaufmanagement	87
3.1	Aussagen der Social Exchange Theory	88
3.1.1	Grundzüge der Social Exchange Theory	89
3.1.2	Gestaltungsempfehlungen aus Sicht der Social Exchange Theory	91
3.1.3	Exkurs: Methodologischer Individualismus	93
3.1.4	Schlussfolgerungen für die Ausgestaltung der Beziehung der Kommunikationspartner im Anlaufmanagement	94
3.2	Aussagen der Principal-Agent Theory	96
3.2.1	Grundzüge der Principal-Agent Theory	96
3.2.2	Gestaltungsempfehlungen aus Sicht der Principal-Agent Theory	98

3.2.3	Schlussfolgerungen für die Ausgestaltung der Abnehmer-Zuliefer Beziehung im Anlaufmanagement	100
3.3	Aussagen der Information Processing Theory	102
3.3.1	Grundzüge der Information Processing Theory	102
3.3.2	Exkurs: Media Richness	103
3.3.3	Schlussfolgerungen für die Ausgestaltung des Informationsaustauschs im Anlaufmanagement	105
3.4	Zusammenfassung des theoretischen Fundaments für die Lieferantenkommunikation im Anlaufmanagement	106
4	Modellierung der Wirkungszusammenhänge der Lieferantenkommunikation auf den Anlauferfolg	109
4.1	Erster theoretischer Entwurf der Wirkungskette, des Strukturgleichungsmodells und Messmodells der Lieferantenkommunikation im Anlaufmanagement	109
4.1.1	Kommunikationsverhalten	111
4.1.2	Kommunikationsqualität	122
4.1.3	Kommunikationserfolg	125
4.1.4	Anlauferfolg	127
4.2	Forschungserhebung und Datenanalyse	130
4.2.1	Fragebogengestaltung	131
4.2.2	Stichprobe und Datenerhebung	132
4.2.3	Demographische Daten der Umfrageteilnehmer	134
4.3	Erläuterung der multiplen Strukturgleichungsmodellierung und Zusammenhang der Forschungsmodelle	136
4.4	Forschungsmodell 1 – Dyadische Betrachtung der Lieferantenkommunikation im Anlaufmanagement	138
4.4.1	Entwurf des Forschungsmodells 1	140
4.4.1.1	Hypothesenbildung	140
4.4.1.2	Aufbau des Strukturmodells	142
4.4.2	Ergebnisse des Forschungmodells 1	143
4.4.2.1	Validierung des Messmodells	143
4.4.2.2	Validierung des Strukturmodells	146
4.4.2.3	Gültigkeit der Hypothesen	148
4.5	Forschungsmodell 2 – Weiterentwickeltes Modell der Kommunikationszufriedenheit im Anlaufmanagement	149
4.5.1	Entwurf des Forschungmodells 2	150
4.5.1.1	Hypothesenbildung	150

4.5.1.2	Aufbau des Strukturmodells	151
4.5.2	Ergebnisse des Forschungsmodells 2	152
4.5.2.1	Validierung des Messmodells	152
4.5.2.2	Validierung des Strukturmodells	155
4.5.2.3	Gültigkeit der Hypothesen	158
4.5.3	Multigruppenanalyse	160
4.6	Forschungsmodell 3 – Detailanalyse der Informationsqualität im Anlaufmanagement	162
4.6.1	Entwurf des Forschungsmodells 3	162
4.6.1.1	Hypothesenbildung	163
4.6.1.2	Aufbau des Strukturmodells	165
4.6.2	Ergebnisse des Forschungsmodells 3	166
4.6.2.1	Validierung des Messmodells	166
4.6.2.2	Validierung des Strukturmodells	169
4.6.2.3	Gültigkeit der Hypothesen	172
4.6.3	Weiterführende Analysen	172
4.7	Diskussion und Kurzzusammenfassung der Ergebnisse	176
5	Gestaltungsempfehlungen, Zusammenfassung und weiterer Forschungsbedarf	181
5.1	Implikationen für die Unternehmenspraxis	181
5.2	Zusammenfassung der Ergebnisse nach Forschungsfragen und wissenschaftlicher Beitrag	184
5.3	Kritische Würdigung und Ausblick auf den weiteren Forschungsbedarf	188
	Literaturverzeichnis	191