

Inhaltsverzeichnis

I INHALTSVERZEICHNIS	V
II ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VIII
III ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	X
IV TABELLENVERZEICHNIS.....	XII
1 EINFÜHRUNG.....	1
1.1 Einleitung.....	1
1.2 Problemstellung.....	2
1.3 Stand der Forschung.....	6
1.4 Forschungsfrage und Zielsetzung	14
1.5 Gang der Arbeit.....	15
1.5.1 Wissenschaftliches Vorgehen.....	15
1.5.2 Forschungsdesign	18
1.5.3 Aufbau der Arbeit.....	19
2 THEORETISCHE GRUNDLAGEN: UNTERNEHMENS-WACHSTUM UND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT BEI MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN.....	21
2.1 Unternehmenswachstum.....	21
2.1.1 Gegenstandsbereich des Unternehmenswachstums.....	21
2.1.1.1 Der Begriff des Unternehmenswachstums	21
2.1.1.2 Arten des Unternehmenswachstums	24
2.1.2 Grundlagen und Ausprägungsformen der Produkt-Markt-Matrix	28
2.1.2.1 Grundlagen der Produkt-Markt-Matrix	28
2.1.2.2 Marktdurchdringung.....	30
2.1.2.3 Marktentwicklung	31
2.1.2.4 Produktentwicklung	32
2.1.2.5 Diversifikation	33
2.1.2.6 Kritische Reflexion der Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff.....	35
2.2 Mittelständische Unternehmen	36
2.2.1 Bedeutung mittelständischer Unternehmen	36
2.2.2 Typologien mittelständischer Unternehmen.....	37
2.3 Supply Chain Management	40
2.3.1 Einordnung und Definition des Supply Chain Managements	40
2.3.2 Zielsetzungen des Supply Chain Managements.....	43
2.3.3 Aufgaben und Ebenen des Supply Chain Managements.....	47
2.3.4 Supply Chain Design	49

2.3.4.1 Begriff des Supply Chain Designs	49
2.3.4.2 Gestaltungsbereiche des Supply Chain Designs.....	51
3 THEORETISCHE KONZEPTION: ERARBEITUNG EINES HANDLUNGSMODELLS ZUR GESTALTUNG DER SUPPLY CHAIN AUF BASIS AUSGEWÄHLTER WACHSTUMSSSTRATEGIEN.....	55
3.1 Zielsetzung des Modells	55
3.2 Entwicklung des konzeptionellen Bezugsrahmens.....	56
3.2.1 Ebene 1: Einflussfaktoren.....	57
3.2.2 Ebene 2: Gestaltungsziele.....	61
3.2.3 Ebene 3: Gestaltungsfelder	72
4 GESTALTUNGSFELDER DER SUPPLY CHAIN	75
4.1 Prozess	75
4.1.1 Beschaffung (Source).....	75
4.1.2 Produktion (Make)	89
4.1.3 Distribution (Deliver)	105
4.2 Struktur.....	116
4.2.1 Organisationsgestaltung	117
4.2.2 Konfiguration – Organisationsformen.....	121
4.3 Collaboration	126
4.4 IT	133
4.5 Zusammenfassung der Supply-Chain-Gestaltungsfelder	144
5 GESTALTUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR EIN WACHSTUMSORIENTIERTES SUPPLY CHAIN DESIGN	147
5.1 Typologie der wachstumsorientierten Supply Chain.....	147
5.2 Schlanke Supply Chain	149
5.2.1 Erläuterung der Wachstumsstrategie	149
5.2.2 Gestaltungsempfehlungen Prozess	152
5.2.3 Gestaltungsempfehlungen Struktur	157
5.2.4 Gestaltungsempfehlungen Collaboration	158
5.2.5 Gestaltungsempfehlungen IT	159
5.3 Internationale Supply Chain	160
5.3.1 Erläuterung der Wachstumsstrategie.....	160
5.3.2 Gestaltungsempfehlungen Prozess	165
5.3.3 Gestaltungsempfehlungen Struktur	171
5.3.4 Gestaltungsempfehlungen Collaboration	173
5.3.5 Gestaltungsempfehlungen IT	173
5.4 Innovative Supply Chain.....	175
5.4.1 Erläuterung der Wachstumsstrategie.....	175

5.4.2 Gestaltungsempfehlungen Prozess	177
5.4.3 Gestaltungsempfehlungen Struktur	182
5.4.4 Gestaltungsempfehlungen Collaboration	184
5.4.5 Gestaltungsempfehlungen IT	185
5.5 Hybride Supply Chain	186
5.5.1 Erläuterung der Wachstumsstrategie	186
5.5.2 Gestaltungsempfehlungen Prozess	189
5.5.3 Gestaltungsempfehlungen Struktur	193
5.5.4 Gestaltungsempfehlungen Collaboration	195
5.5.5 Gestaltungsempfehlungen IT	195
6 EVALUATION: MODELLANWENDUNG BEI EINEM MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN	197
6.1 Vorgehensweise Modellanwendung	197
6.2 Modell einer wachstumsorientierten Supply Chain	197
6.3 Unternehmensprofil der wedi GmbH	200
6.4 Modellanwendung	201
6.4.1 Zielbildung	201
6.4.2 Strategische Analyse	201
6.4.3 Strategiekonzeption und -auswahl	202
6.4.4 Strategische Implementierung	206
6.5 Fazit der Modellanwendung	207
7 FAZIT UND AUSBLICK	209
7.1 Zusammenfassung	209
7.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis	211
7.3 Weiterer Forschungsbedarf	212
LITERATURVERZEICHNIS	215
ANHANG	241