

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Ausgangssituation und Motivation	1
1.2	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	4
2	Grundlagen.....	7
2.1	Methodische Grundlagen.....	7
2.1.1	Matrizen	7
2.1.2	Gewichtung von Kriterien	9
2.2	Supply Chain Management - das SCOR-Modell	10
2.3	Grundlagen des Beschaffungsmanagements.....	13
2.3.1	Beschaffungsstrategien.....	13
2.3.2	Standardbeschaffungsmodelle.....	15
2.4	Grundlagen des Lieferantenmanagements	18
2.4.1	Lieferantenauswahl	20
2.4.2	Lieferantenentwicklung	22
2.4.3	Lieferantenbewertung	24
2.5	Grundlagen der Kommunikation	28
2.5.1	Kommunikationskosten	34
2.5.2	Kommunikationseffizienz	36
2.5.3	Media Richness Theory	37
2.6	Zwischenfazit	40
2.6.1	Eingrenzung des Untersuchungsraums	40
2.6.2	Anforderungen an die zu entwickelnde Methode	41
3	Stand des Wissens und Handlungsbedarf	43
3.1	Bestehende Ansätze zur Lieferantenbewertung	43
3.1.1	Ansätze aus der Wissenschaft.....	43
3.1.2	Ansätze aus der betrieblichen Praxis	45
3.2	Bestehende Ansätze zur Kommunikationsbewertung	49
3.3	Bewertung bestehender Ansätze.....	54
3.4	Ableitung des Forschungsbedarfs	58

4	Prozessorientiertes Beschreibungsmodell der Kommunikation	59
4.1	Aufbau des Modells	59
4.2	Prozessrelevante Elemente der Kommunikation.....	61
4.2.1	Kommunikationsteilnehmer.....	61
4.2.2	Kommunikationsinhalt.....	62
4.2.3	Kommunikationsmedium.....	63
4.2.4	Kommunikationsanforderungen	67
4.2.5	Kommunikationsbarrieren	70
4.3	Wirkmodell der Kommunikationselemente	77
4.3.1	AxM-Matrix: Anforderungen vs. Medien.....	82
4.3.2	AxA-Matrix: Anforderungen vs. Anforderungen	84
4.3.3	BxM-Matrix: Barrieren vs. Medien.....	86
4.3.4	BxA-Matrix: Barrieren vs. Anforderungen	89
4.3.5	BxB-Matrix: Barrieren vs. Barrieren	91
4.4	Zwischenfazit.....	93
5	Kommunikationsorientiertes Lieferantenbewertungsmodell.....	95
5.1	Lieferantenauswahl	96
5.1.1	Gewichtung der Basisbarrieren.....	96
5.1.2	Kommunikationsbeziehungsbewertung	100
5.2	Lieferantenentwicklung.....	102
5.2.1	Gewichtung der Kommunikationsbarrieren.....	103
5.2.2	Kommunikationsprozessbewertung	104
5.2.3	Kommunikationsgesamtbewertung.....	106
5.3	Gewichtung der Kommunikation in der Lieferantenbewertung.....	109
5.4	Zwischenfazit.....	112
6	Vorgehensmodell der kommunikationsorientierten Lieferantenbewertung	114
6.1	Kommunikationsorientierte Bewertung in der Lieferantenauswahl.....	115
6.2	Gestaltung von Kommunikationsprozessen	119
6.3	Kommunikationsorientierte Bewertung in der Lieferantenentwicklung.....	123
6.4	Exemplarische Einbindung in einen bestehenden Bewertungsansatz.....	127

7	Schlussbetrachtung	130
7.1	Kritische Reflexion	130
7.2	Zusammenfassung und Ausblick	133
8	Literatur	136
9	Anhang.....	164
9.1	Barrierenkatalog	164
9.2	Matrizen	184
9.3	Paarweiser Vergleich	192