

Geleitwort

Die Beschaffung gehört zweifellos zu den zentralen Erfolgsfaktoren für ein Unternehmen. Die Auswahl leistungsfähiger Lieferanten beeinflusst den Unternehmenserfolg in maßgeblicher Weise. Die Entwicklung der Unternehmensstrategien hin zu einer Fokussierung unterstreicht die Bedeutung der Beschaffung ebenfalls. Konzentrieren sich Unternehmen im Rahmen ihrer eigenen Wertschöpfung nämlich auf ihre sogenannten „Kernkompetenzen“, so führt dies zu vermehrtem Outsourcing und es müssen tendenziell mehr Bestandteile der Endprodukte zugekauft werden. Für den strategischen Erfolg eines Unternehmens ist es daher wichtig, im Grunde die gesamte Lieferantenkette im Auge zu haben, also ein „Supply Chain Management“ zu betreiben.

Die Beziehungen zwischen Lieferanten und Abnehmern sind dabei durch einige markante Aspekte gekennzeichnet. Zunächst besteht typischerweise ein finanzieller Interessenkonflikt, weil die finanziellen Vorteile des Lieferanten zugleich Kosten für den Abnehmer sind. Darüber hinaus kann der Abnehmer nicht ohne weiteres davon ausgehen, dass er stets die gewünschte Qualität vom Lieferanten erhält — dieser könnte es zB vorteilhaft finden, zum Zwecke der eigenen Kostenersparnis Anstrengungen in der Qualitätssicherung und der Herstellung der Vorprodukte einzuschränken. Die Maßnahmen des Lieferanten sind wiederum nicht ohne weiteres direkt beobachtbar, und wenn auf Grund von Qualitätsmängeln von Vorprodukten ein Problem in der Produktion des Abnehmers auftaucht, kann es schwierig sein, die konkrete Ursache dafür zweifelsfrei zu identifizieren.

Beschaffungsprobleme sind demnach ein Prototyp für Fragestellungen der Informationsökonomie und der Anreiztheorie, in denen Aspekte der asymmetrischen Information und der Interessenkonflikte den maßgeblichen Untersuchungsgegenstand bilden. Erstaunlicherweise gehört die Beschaffung zu den (wenigen) Teilgebieten der Betriebswirtschaftslehre, in denen informationsökonomische Methoden bislang kaum Einzug gehalten haben. Diese Situation ist der Ausgangspunkt für die Arbeit von Beißel. Unter Verwendung von Ansätzen der Reputations-, Auktions- und Anreiztheorie werden verschiedenste

Aspekte von Beschaffungsprozessen analysiert. Die Arbeit von Beißel gibt nicht nur aus theoretisch-konzeptioneller Sicht zahlreiche neue Impulse für die Beschaffungsforschung. Sie dokumentiert darüber hinaus, dass informationsökonomische Erkenntnisse in ganz konkreten praktischen Anwendungsfällen fruchtbar implementiert werden können. Ich wünsche ihr eine weite Verbreitung.

Prof. Dr. Ralf Ewert