

Geleitwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Januar 2005 von der betriebswirtschaftlichen Fakultät der Universität Mannheim als Dissertation angenommen. Sie geht unter dem Stichwort „Supply Chain Management“ auf eine besonders sensitive Erfolgskomponente des Einzelhandels ein, die Kunden in ihrem langfristigen Verhalten prägt, auf die Produktqualität.

Die Verlagerung der Beschaffungsaktivitäten in Entwicklungs- und Schwellenländer, ausgelöst durch den zunehmenden Preiswettbewerb im Einzelhandel, zwingt zu einer erweiterten Betrachtung des Begriffes „Produktqualität“. Der Autor unterscheidet zwischen der technisch messbaren „Qualität“ einerseits und der „Qualität“, die aus einem verantwortlichen Umgang mit den sozialen und ökologischen Rahmenbedingungen in den Herstellungsländern resultiert. Die Verbindung der beiden Aspekte ist innovativ und beschreibt eine weitere Herausforderung, der sich der Einzelhandel zu stellen hat, auch unter ethischen Gesichtspunkten.

Die aus dieser erweiterten Betrachtung resultierenden potenziellen Defizite bei der Erfüllung der neuen Anforderungen stehen zunehmend im Spannungsverhältnis zu den Kaufentscheidungskriterien der Einzelhandelskunden und den Wertvorstellungen der Gesellschaft. Die Defizite verlangen nach einer grundsätzlichen Neuausrichtung der bisher technisch orientierten und auf Qualitätskontrollen fokussierten Maßnahmen zu einem ganzheitlichen Qualitätsmanagement.

Die Arbeit beschäftigt sich konsequenterweise mit der Ausgestaltung der dazugehörigen unternehmensübergreifenden Prozesse.

Bevor jedoch Prozesse gestaltet werden können, muss die strategische Positionierung des Sortiments und die Wechselwirkung mit der „Marke“ betrachtet werden. Der Autor geht deshalb auch auf die besondere Bedeutung der Handelsmarken ein, die eine immer weitergehendere Verantwortungsübernahme in der Prozesskette erzwingt - bis hin zu den Lieferanten der Vorprodukte.

Neben der Gestaltung der Prozesskette, die die vorgegebenen Rahmenbedingungen erfüllen soll, stellt auch die laufende Überwachung der „Qualität“ durch Lieferantenaudits eine weitere Herausforderung dar. Der Autor macht darauf aufmerksam, dass der Handel gerade in diesem Bereich idealerweise horizontal kooperiert, da z.B. die Auditierung sozialökologischer Bedingungen nur bedingt zur Differenzierung im Wettbewerb genutzt werden kann.

Eine besondere Rolle bei der vertikalen Kooperation zwischen Einzelhandel und Lieferanten stellt die übergreifende Planung von Ressourcen dar, deren Ausgestaltungsmöglichkeiten ausführlich beschrieben werden.

Die Arbeit beschäftigt sich weiter mit der Frage, welche Anreizsysteme entwickelt werden müssen, damit Unternehmen in den Entwicklungs- und Schwellenländern ein Interesse daran haben, die Anforderungen umzusetzen.

Eine zeitgemäße, spannende Arbeit.

Prof. Dr. Helmut Merkel