

---

## Geleitwort

Die Fokussierung auf die eigenen Kernkompetenzen und die damit einhergehende Reduzierung der Fertigungstiefe führen dazu, dass in vielen Branchen der Anteil der Wertschöpfung, welcher auf die Lieferanten entfällt, einer Größenordnung von 50% oder mehr entspricht. Herausragend ist die Automobilindustrie: So beträgt der Wertschöpfungsanteil der Zulieferer bezogen auf die gesamte Wertschöpfung eines Fahrzeuges im Schnitt 78%. Lieferanten leisten somit einen entscheidenden Beitrag zu wettbewerbsfähigen Kostenstrukturen, zur Innovationsfähigkeit und der Leistung im operativen Tagesgeschäft (Lieferzeit und Lieferzuverlässigkeit, Produktqualität etc.) eines Unternehmens.

Der Prozess von der Identifikation potenzieller Lieferanten, über die Lieferantanalyse, -bewertung und -auswahl, bis hin zur Kontrolle und Steuerung der Lieferanten-Abnehmer-Beziehung obliegt dem Lieferantenmanagement. Die Aufgabe des Lieferantenmanagements besteht somit in der Gestaltung aller Lieferantenbeziehungen des Unternehmens mit dem Ziel, durch eine verbesserte Zusammenarbeit mit Lieferanten Produkte besser, schneller und zu niedrigeren Kosten zu entwickeln, herzustellen und zu beschaffen. Lieferantenmanagement umfasst damit die Gestaltung, Lenkung und Entwicklung der Lieferantenbasis und der Lieferantenbeziehungen eines Unternehmens. Drei wesentliche Aktivitäten des Lieferantenmanagements lassen sich unterscheiden: 1. Management der Lieferantenbasis, 2. Lieferantenentwicklung und 3. Lieferantenintegration.

Herr Sebastian M. Durst fokussiert auf die Lieferantenentwicklung, d. h. auf die Aktivitäten, die über die routinemäßige Zusammenarbeit mit Lieferanten hinausgehen, mit dem Ziel, das Kosten- und Leistungsniveau von Lieferanten zu verbessern. Die Lieferantenentwicklung als ein wesentlicher Baustein eines systematischen Lieferantenmanagements gewinnt in der unternehmerischen Praxis zunehmend an Bedeutung. Aber auch das wissenschaftliche Interesse an Lieferantenentwicklung hat in den vergangenen 20 Jahren sukzessive zugenommen. So ist die Anzahl der jährlich erschienenen, empirischen Arbeiten zur Lieferantenentwicklung seit Ende der 1980er Jahre kontinuierlich gestiegen.

Herr Durst verfolgt im Rahmen seiner Arbeit mehrere sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus praktischer Perspektive relevante Forschungsfragen: Als Basis seiner Analyse untersucht Herr Durst zunächst, welche Rahmenbedingungen für strategische Lieferantenentwicklung besonders relevant sind. Darauf aufbauend erfolgt eine empirische Fundierung der Zusammenhänge zwischen Rahmenbedingungen, Optionen der strategischen Lieferantenentwicklung sowie deren Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit des Abnehmers. Des Weiteren werden aus der Sicht der Lieferanten die Auswirkungen strategischer Lieferantenentwicklung beurteilt. Schließlich leitet Herr Durst konkrete Handlungsempfehlungen aus seinen ermittelten Ergebnissen ab, d. h. es wird der Frage nachgegangen, welche Optionen strategischer Lie-

ferantenentwicklung unter bestimmten Rahmenbedingungen in Abhängigkeit bestimmter Ziele durch ein Unternehmen genutzt werden sollen.

Die vorliegende Arbeit von Herrn Durst greift einen äußerst praxisrelevanten und theoretisch bedeutsamen Bereich des Lieferantenmanagements heraus: die strategische Lieferantenentwicklung. Herrn Durst gelingt eine eindrucksvolle, theoretisch und empirisch fundierte Analyse und Ermittlung der Zusammenhänge zwischen Rahmenbedingungen, Optionen der strategischen Lieferantenentwicklung sowie deren Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit des Abnehmers. Die vorliegende Arbeit spiegelt dabei eindrucksvoll die hervorragende Fach- und Methodenkompetenz von Herrn Durst wider. Insgesamt leistet die Arbeit von Herrn Durst einen bedeutsamen und nachhaltigen Beitrag zum wissenschaftlichen Fortschritt. Darüber hinaus weist sie einen hohen Anwendungsbezug für die betriebswirtschaftliche Praxis auf.

Eric Sucky