

Marc Helmold, Brian Terry

Lieferanten- management in China

Wettbewerbsfähigkeit durch wertfokussierte
Lieferantenbeziehungen

Inhalt

Abbildungsverzeichnis — XI

Tabellenverzeichnis — XIII

Abkürzungsverzeichnis — XIV

- 1 Einleitung — 1**
 - 1.1 Wandel im Lieferantenmanagement in China — 1
 - 1.2 Wirtschaftliche Randbedingungen und demographischer Wandel — 9
 - 1.3 Einordnung des Lieferantenmanagements — 11
 - 1.4 Bedeutung des Lieferantenmanagements in China — 16
 - 1.5 Lieferantenmanagement: Wertschöpfend, digital und vernetzt — 18
 - 1.6 Megatrends, Digitalisierung und Globalisierung — 20
 - 1.7 Wandel in China: Spezialisierung und Lieferantenmärkte — 24

- 2 Wettbewerbsvorteile durch Sourcing in China — 31**
 - 2.1 Die richtige Einkaufsstrategie in China — 31
 - 2.2 TCO und Aufqualifizierungskosten — 32

- 3 Kulturelle Aspekte im Lieferantenmanagement — 38**
 - 3.1 Beziehungsmanagement als Erfolgsfaktor in China: Guanxi — 38
 - 3.2 Empfehlungen für den Umgang mit Lieferanten in China — 40

- 4 Gegenstand des Lieferantenmanagements in China — 43**
 - 4.1 Aufbauorganisation und globale Lieferantenmanagementnetzwerke — 43
 - 4.2 Ablauforganisation des Lieferantenmanagements — 49
 - 4.3 Neuausrichtung und chinaspezifische Aspekte — 50
 - 4.4 Ansatzpunkte des Lieferantenmanagements in China — 53
 - 4.5 Risikomanagement und -absicherung in China — 55

- 5 Internationale Einkaufsbüros in China — 59**
 - 5.1 Aufbau eines IPO und Beschaffungsregionen — 59
 - 5.2 Lokalisierung und Qualifikationen der internationalen Mitarbeiter — 64

- 6 Strategische Ausrichtung in China — 67**
 - 6.1 Strategische Ziele im Lieferantenmanagement — 67
 - 6.2 Lieferantenklassifizierung und -segmentierung — 69
 - 6.3 Materialgruppenstrategien — 72
 - 6.4 Kompetenzanforderungen im Lieferantenmanagement — 75

6.5	Sourcing-Strategien — 77
6.6	Preis-Wert-Analyse als Hebelinstrument für Einsparungen in China — 82
7	Operatives Lieferantenmanagement in China — 87
7.1	Operative Ziele im Lieferantenmanagement — 87
7.2	Kennzahlen im Lieferantenmanagement — 89
7.3	Werkzeuge im operativen Lieferantenmanagement — 92
7.3.1	Lieferantenaudits — 92
7.3.2	Lieferantenauswahl — 103
7.3.3	Lieferantenbewertung und Balanced Scorecard (BSC) — 104
7.3.4	Visualisierung, War Room und Obeya — 109
7.3.5	Lieferantenentwicklung — 110
7.3.6	Lieferanten One Pager und Cockpit — 114
7.3.7	Lieferantencoaching und Lieferantenakademie — 115
7.3.8	Incoterms 2010 — 119
7.3.9	Lieferantenintegration — 120
7.3.10	Lieferantencontrolling — 122
7.4	Schlanke Methoden im Lieferantenmanagement — 124
7.4.1	Übertragung der schlanken Prinzipien auf Liefernetzwerke — 124
7.4.2	Gegenstand der schlanken Prinzipien — 126
7.4.3	Prinzipien der schlanken Produktion — 131
7.4.4	Muda (無駄), Mura (無ら) und Muri (無理) — 152
7.4.5	Gemba (現場), Genjitsu (現実), Genchi (現地), Gembutso (現物) — 154
7.5	Logistikketten aus und nach China — 155
8	Digitalisierung, Industrie 4.0 und Trends — 159
8.1	Digitalisierung im Lieferantenmanagement — 159
8.2	Industrie 4.0 im Lieferantenmanagement — 163
8.3	Die 10 Zukunftstrends im Lieferantenmanagement in China — 167
Literaturverzeichnis — 173	
Index — 179	
Die Autoren — 180	