

Christine Schöffler



dandelion.com

© 2008 AGI-Information Management Consultants
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to dandelion.com network.

Supply Management in der Hotelbranche

Grundlagen, Erfolgsfaktoren
und Gestaltungsempfehlungen

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Christopher Jahns

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1. Einleitung	1
1.1 Einführung und Problemstellung.....	1
1.2 Fokus des Forschungsvorhabens: Eingrenzungen, Forschungsfragen und Zielsetzung.....	4
1.3 Methodologische Positionierung und Aufbau der Arbeit.....	7
2. Theoretische Betrachtung von Supply Management und Hotellerie	11
2.1 Alte und neue Rolle von Einkauf und Supply Management in der Unternehmensstrategie: ein Paradigmenwechsel.....	11
2.2 Literaturübersicht und Stand der Forschung.....	28
2.3 Die Hotellerie als Subsystem des Tourismus in der Dienstleistungsbranche.....	49
2.4 Besonderheiten des Supply Managements in der Dienstleistungsindustrie.....	81
2.5 Zwischenfazit: Relevanz des Supply Management in der Hotellerie.....	90
3. Theoretische Basis, Forschungskonzeption und Untersuchungsmodell	92
3.1 Theoretische Grundlagen für Supply Management und dessen Erfolgsfaktoren zur Generierung von Wettbewerbsvorteilen in der Hotelbranche.....	93
3.2 Theoretisch hergeleitete Erfolgsfaktoren des Supply Managements in der Hotellerie.....	108
3.3 Forschungskonzeption.....	125
3.4 Untersuchungsmodell.....	141
4. Quantitative Untersuchung	144
4.1 Methodik und Vorgehensweise der empirischen Untersuchung.....	144
4.2 Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	153
4.3 Diskussion der Ergebnisse.....	161
4.4 Vertiefende Auswertungen nach den Kriterien Klassifikation, Lage, Größe und Charakter ...	172
4.5 Zwischenfazit: Zentrale Ergebnisse und weiterer Forschungsbedarf.....	184
5. Qualitative Untersuchung	187
5.1 Forschungsmethoden und Forschungsdesign.....	188
5.2 Vertiefende Forschung über Supply Management in der Hotellerie in Form von Fallstudien.	197
5.3 Vergleich und Zusammenführung der Ergebnisse aus Theorie und Praxis.....	241
5.4 Beitrag zur Praxis: Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen.....	251
6. Schlussbetrachtung und Ausblick	257
6.1 Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.....	257
6.2 Ausblick.....	258
7. Literaturverzeichnis	261
8. Anhang	301

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1. Einleitung	1
1.1 Einführung und Problemstellung.....	1
1.2 Fokus des Forschungsvorhabens: Eingrenzungen, Forschungsfragen und Zielsetzung.....	4
1.3 Methodologische Positionierung und Aufbau der Arbeit.....	7
2. Theoretische Betrachtung von Supply Management und Hotellerie	11
2.1 Alte und neue Rolle von Einkauf und Supply Management in der Unternehmensstrategie: ein Paradigmenwechsel.....	11
2.1.1. Definition und Abgrenzung der Begriffe.....	12
2.1.2. Evolution des Supply Managements als strategische Komponente.....	17
2.1.3. Erfolg, Erfolgsfaktoren und strategischer/nachhaltiger Wettbewerbsvorteil.....	21
2.1.4. Ziele von Einkauf und Supply Management.....	26
2.2 Literaturübersicht und Stand der Forschung.....	28
2.2.1. Elemente und Erfolgsfaktoren des Supply Managements.....	28
2.2.2. Stand der Forschung: Supply Management in der Hotellerie.....	42
2.3 Die Hotellerie als Subsystem des Tourismus in der Dienstleistungsbranche.....	49
2.3.1. Begriff und Besonderheiten der Dienstleistung.....	50
2.3.2. Bedeutung und Entwicklung des Tourismus.....	60
2.3.3. Die Hotelbranche in Europa und Deutschland – eine Charakterisierung.....	66
2.4 Besonderheiten des Supply Managements in der Dienstleistungsindustrie.....	81
2.4.1. Merkmale des Supply Managements in der Dienstleistungsindustrie.....	82
2.4.2. Charakteristika und Herausforderungen von Supply Management in der Hotellerie.....	84
2.5 Zwischenfazit: Relevanz des Supply Management in der Hotellerie.....	90
3. Theoretische Basis, Forschungskonzeption und Untersuchungsmodell	92
3.1 Theoretische Grundlagen für Supply Management und dessen Erfolgsfaktoren zur Generierung von Wettbewerbsvorteilen in der Hotelbranche.....	93
3.1.1. Managementtheorien.....	93
3.1.2. Neue Institutionenökonomik und deren Beitrag zu Supply Management.....	104
3.1.3. Grounded Theory.....	108
3.2 Theoretisch hergeleitete Erfolgsfaktoren des Supply Managements in der Hotellerie.....	108
3.2.1. Erkennen der strategischen Bedeutung und Handelns seitens des Top Managements, Entwicklung einer Supply Strategie und Supply Vision.....	109
3.2.2. Interne und externe Beziehungen: Key Accounts und Lieferantenbeziehungsmanagement und Allianzen.....	110

3.2.3. Supply Prozess und Supply Organisation	114
3.2.4. Supply Human Resource Management.....	117
3.2.5. Supply Controlling und Performance-Measurement-System	119
3.2.6. Integrierte IT: Enabler zu E-Procurement	120
3.2.7. Supply Logistik: JIT, Lager und Transport.....	123
3.3. Forschungskonzeption.....	125
3.3.1. Forschungsbedarf.....	125
3.3.2. Forschungsprozess und Elemente der Forschungsmethodik.....	126
3.3.3. Triangulation der Methoden: Multi-Method-Approach	131
3.3.4. Vorgehensweisen bei der Datenerhebung.....	134
3.4. Untersuchungsmodell.....	141
4. Quantitative Untersuchung	144
4.1. Methodik und Vorgehensweise der empirischen Untersuchung	144
4.1.1. Design der empirischen Untersuchung	146
4.1.2. Fragebogen und Messmethoden: Skalenniveau	147
4.1.3. Design des Fragebogens und Konstrukte der Fragen.....	148
4.2. Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	153
4.2.1. Einkaufsverantwortung und -prozesse, Zufriedenheits- und Prioritätenanalyse	153
4.2.2. Einkaufsorganisation und Einkaufseffizienz.....	155
4.2.3. Lieferantenmanagement.....	156
4.2.4. Einkaufsstrategie und Einkaufsmethoden	157
4.2.5. Methoden zur Einkaufsoptimierung und Einkaufscontrolling	160
4.2.6. Qualifikation der Mitarbeiter	161
4.3. Diskussion der Ergebnisse.....	161
4.3.1. Splittung der Einkaufsverantwortung, Defizite in Prozessstrukturen und Handlungsbedarf für nicht zufriedenstellende Sortimente.....	161
4.3.2. Verschiedene Arten der Einkaufsorganisation.....	163
4.3.3. Defizite im Lieferantenmanagement.....	164
4.3.4. Defizite in der Einkaufsstrategie und deren Methoden.....	167
4.3.5. Defizite in der Einkaufsoptimierung – Erfolgswirkung: Supply Management.....	169
4.3.6. Defizite in der Qualifikation der Mitarbeiter: It'a peoples business	171
4.4. Vertiefende Auswertungen nach den Kriterien Klassifikation, Lage, Größe und Charakter ...	172
4.4.1. Auswertung nach Sterne-Klassifikation.....	173
4.4.2. Auswertung nach Lage.....	176
4.4.3. Auswertung nach Größe.....	179
4.4.4. Auswertung nach Charakter.....	182
4.5. Zwischenfazit: Zentrale Ergebnisse und weiterer Forschungsbedarf.....	184

5. Qualitative Untersuchung	187
5.1 Forschungsmethoden und Forschungsdesign	188
5.1.1. Forschungsdesign der qualitativen Forschung	188
5.1.2. Die Wahl der Fallstudie	189
5.1.3. Durchführung der Experteninterviews	194
5.2 Vertiefende Forschung über Supply Management in der Hotellerie in Form von Fallstudien.	197
5.2.1. Fallstudie 1: Hilton International als Hotelkette in Deutschland	197
5.2.2. Fallstudie 2: Accor – Hotelkettenübergreifende Purchasing GmbH	206
5.2.3. Fallstudie 3: Steigenberger Hotels – HEAD als hoteleigene Einkaufszentrale	211
5.2.4. Kurzfallstudie 4: Zwei Hotels mit Insellage – Implikationen für den Einkauf	216
5.2.5. Kurzfallstudie 5: Drei Einzelhotels der gehobenen Klasse mit unterschiedlichem Charakter – Airport Congress Hotel, Atrium Hotel Mainz und Hotel Esplanade Resort & Spa	217
5.2.6. Kurzfallstudie 6: Ein Hotel der Kooperationsform Romantik Hotel	225
5.2.7. Ergebnisse aus den Fallstudien und Experteninterviews	230
5.2.8. Überlegungen zur Gültigkeit und kritische Anmerkungen	235
5.3 Vergleich und Zusammenführung der Ergebnisse aus Theorie und Praxis	241
5.3.1. Vergleich der Erkenntnisse aus der Literaturanalyse und der Empirie sowie Beitrag der Erfolgsfaktoren auf die Einkaufs- und Unternehmensperformance	242
5.3.2. Entwicklung eines Modells über die Beziehungszusammenhänge	247
5.3.3. Beitrag zur Theorieentwicklung	249
5.4 Beitrag zur Praxis: Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen	251
6. Schlussbetrachtung und Ausblick	257
6.1 Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse	257
6.2 Ausblick	258
7. Literaturverzeichnis	261
8. Anhang	301