

Inhaltsverzeichnis

Teil 1 Supply Chain Management – Bedeutung und Idee	1
1 Von der Peitsche zum Uhrwerk.....	1
1.1 Die Veränderungstreiber.....	1
1.2 Kurze Zwischenfrage: Gibt es die ultimative Organisationsform?	6
1.3 Die Vernetzung mittelständischer Zulieferbetriebe – aufgrund weitere Veränderungstreiber	7
2 Die Ziele und Grundgedanken von Supply Chain Management	9
2.1 Was ist Supply Chain Management? – Eine pragmatische Definition .	10
2.2 Effekte und Verbesserungspotenziale	15
2.3 Kleiner Exkurs zum Thema Wertschöpfung.....	16
2.4 Der Peitscheneffekt in der Supply Chain.....	17
2.5 Wertarchitekturen neu rekombinieren	20
3 Die drei Säulen des SCM – ein pragmatischer Lösungsansatz.....	22
3.1 Die erste Säule: Partnerschaftliches, prozessorientiertes Kooperationsmanagement in Wertschöpfungsketten.....	23
3.2 Die zweite Säule: Das Re-Design der Kernprozesse	27
3.3 Die dritte Säule: Die Rolle der IT – Enabler und Katalysator	29
3.4 SCM-Konzepte realisieren – die vier Phasen	31
4 Highlights aus diesem Kapitel – Was uns wichtig erscheint.....	32
Teil 2 Kooperation(en) im Logistik-Netzwerk gestalten.....	37
1 Cooperate to compete.....	37
1.1 Kooperationen eingehen – Motive und Potenziale	37
1.2 Chancen und Risiken – nicht zu unterschätzen.....	44
1.3 Einsatzbereiche verschiedener Kooperationsformen – gemeinsam sind wir stark	45
1.4 Die geeignete Lösungsstrategie auswählen – drei Grundtypen	48
1.5 Modelle (Varianten) der Zusammenarbeit – die konkrete Umsetzung eines SCM-Konzeptes	50
1.6 Prozessorientierung – Grundlage der Kooperationsgestaltung	56
2 Kooperationen etablieren und betreiben – der Kooperationslebenszyklus...	59
2.1 Kooperationen initiieren (Phase 1) – auf der Suche nach den richtigen Partnern.....	61
2.2 Kooperationen auf- und ausbauen (Phase 2) – das Bündnis gewinnt Konturen	63
2.3 Kooperationen betreiben (Phase 3) – der Weg in den Markt.....	67

2.4 Kooperationen auflösen (Phase 4) – den geordneten Ausstieg planen ..	69
3 Erfolgsfaktoren für stabile, erfolgreiche Kooperationen	71
3.1 Eine Kooperationskultur des Vertrauens schaffen – auf das richtige Klima kommt es an	73
3.2 Information und offene Kommunikation – die Rolle der soft facts	77
3.3 Ein gemeinsames Zielsystem vereinbaren – die Rolle der hard facts	79
4 Highlights aus diesem Kapitel – Was uns wichtig erscheint	83
Teil 3 Das Re-Design von Kernprozessen	87
1 Die prozessorientierte Ausrichtung der Unternehmensorganisation	87
1.1 Prozessinnovationen sichern den Wettbewerbsvorsprung	90
1.2 Prozessorientierung und die Tradition der Funktionsorientierung	90
1.3 Prozessorganisation und Netzwerkorganisation – Organisationsformen für das Supply Chain Management	91
2 Geschäftsprozesse unternehmensübergreifend optimieren	95
2.1 Potenziale der Prozessorientierung in der Logistik	97
2.2 Das Reengineering der Supply Chain – mit sechs Bausteinen die Grundlagen schaffen	99
2.3 Ausgewählte Ansätze der Prozessmodellierung – auf dem Weg zu einer Standardisierung der Supply Chain	102
3 Das Prozesskettenmanagement	119
3.1 Konzepte zur Umsetzung einer prozessorientierten Organisation	119
3.2 Prozesskettenmanagement – die Synthese aus zwei unterschiedlichen Ansätzen	120
4 Highlights aus diesem Kapitel – Was uns wichtig erscheint	122
Teil 4 Die Rolle der IT – „Enabler“ für Supply Chain Prozesse	125
1 Die Entwicklung der informationstechnischen Unterstützung – eine Skizze vorab	125
1.1 Klassische Systeme: PPS und MRP – Was leisten diese?	127
1.2 ERP-Systeme	128
1.3 Advanced Planning Systems (APS) – on the top of ERP	128
1.4 Grenzen der gängigen Lösungen oder Warum reichen PPS- und ERP- Systeme nicht mehr aus?	129
2 Anforderungen an integrative IT-Lösungen beim SCM	134
2.1 Beherrschung der Komplexität logistischer Netzwerke	136
2.2 Unterstützung der Dynamik von logistischen Netzwerken	136
2.3 Schaffen von Transparenz und Visibilität über die gesamte SC	136
2.4 Marktgängige SCM-Tools	140
3 Das Aufgabenmodell für IT-Systeme des SCM	142
3.1 Gestaltung: Die strategische Ebene	143
3.2 Die taktische und operative Planung: Supply Chain Planning (SCP) ..	144
3.3 Der exekutive Betrieb: Supply Chain Execution (SCE)	152
4 Die Zukunft: E-Supply Chain Management	156
4.1 Verknüpfung von E-Business und SCM	158

4.2 Elemente des E-Business für das SCM.....	159
4.3 Das Zusammenspiel von E-Business und SCM.....	169
5 Highlights aus diesem Kapitel – Was uns wichtig erscheint.....	171
Teil 5 SCM im Unternehmen implementieren	175
1 Die Gestaltung der Kooperation – die Phase 1.....	175
1.1 Der Projektanstoß – sollen, wollen, müssen wir kooperieren?	176
1.2 Eine Vision entwickeln.....	177
1.3 Geeignete Lösungsstrategien auswählen	179
1.4 Vor- und Nachteile einer Kooperation prüfen – mit der unternehmensspezifischen Kooperationsbilanz	180
1.5 Strategische Partner suchen – mit wem wollen wir kooperieren?	184
1.6 Gemeinsam das Ziel ins Visier nehmen – das Zielsystem entwickeln	185
1.7 Die Erfolgskriterien und Performancemaße festlegen	189
1.8 Die Projektorganisation aufbauen und die Ergebnisse kommunizieren	191
2 Die Gestaltung der Prozesse – die Phase 2.....	196
2.1 Wo alles beginnt – die Ist-Situation der Prozesse und Strukturen analysieren	196
2.2 Wo alles hinführen soll – die SCM-Prozesse und Strukturen neu konzipieren	210
3 Die Gestaltung der IT – die Phase 3.....	236
3.1. Eine integrierte IT-Konzeption entwickeln.....	236
3.2 Die notwendige IT auswählen und Einführungsvorbereitungen treffen	242
4 Die Umsetzung des SCM-Konzepts – die Phase 4.....	247
4.1 Das SCM-Konzept im Change Management umsetzen.....	247
4.2 Das SCM-System umsetzen.....	252
4.3 Die Aufgabenträger trainieren	256
4.4 Das SCM-Konzept kontinuierlich bewerten	258
5 Highlights aus diesem Kapitel – Was uns wichtig erscheint.....	264
Teil 6 Ein Ausblick.....	269
1 Die Erfolgsfaktoren mobilisieren	269
2 Veränderungstreiber der Logistik.....	271
3 Künftige Handlungsbausteine für die Logistik.....	276
4 Erfolgsfaktoren, Veränderungstreiber und Handlungsbausteine vernetzen	280
Literaturhinweise.....	283



<http://www.springer.com/978-3-540-65423-0>

Supply Chain Management
Optimierte Zusammenarbeit in der
Wertschöpfungskette
Hellingrath, B.; Kuhn, A.
2002, IX, 286 S. 257 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-540-65423-0