

Inhalt

Geleitwort	V
Einleitung: Aufstieg der Eigenmarken – Herausforderung und Chance	1
Beschaffung im Bekleidungshandel: Die zentralen Thesen im Überblick	7
1 Neue Rolle für die Beschaffung: Aktive Gestaltung der Lieferkette.....	9
Paradigmenwechsel im Bekleidungshandel: Sourcing mit dem Kunden im Blick	9
Neue Maxime für die Beschaffung: Fokus auf Gewinn statt Kosten	13
Voraussetzung für Markterfolg: Beschaffungsziele an Zielkundenbedürfnissen orientieren	17
<i>Kundenbedürfnisse und Nutzenversprechen: Interviewpartner schildern ihre Praxis.....</i>	<i>23</i>
2 Supply-Chain-Strategie: Wie viel Einfluss soll es sein?	29
Wie viel Kontrolle behalten, wie viel abgeben – eine Entscheidung von großer Tragweite	29
Produktion: Eigen- oder Fremdfertigung?	35
Einkauf: Direkt oder indirekt?	37

Direct Sourcing: Vollkauf oder CMT?	41
Stoffeinkauf: Beträchtliche Potenziale nicht nur im CMT-Modus	43
<i>Supply-Chain-Strategie: Interviewpartner schildern ihre Praxis</i>	47
3 Auswahl der Beschaffungsländer: Es muss nicht immer China sein	49
Rückblick: Bekleidungsbranche als Wegbereiter der globalen Wirtschaft	49
Kernfrage Länderwahl: Wechselwirkung mit anderen Entscheidungen	56
Systematisches Vorgehen: Auswahl gemäß Beschaffungszielen	58
Strategische Gestaltung des Länderportfolios: Rahmen für Länderwahl im Einzelfall	74
Weitere Entwicklung der Beschaffungsmärkte: China bleibt vorerst Spitzenreiter	77
<i>Auswahl der Beschaffungsländer: Interviewpartner schildern ihre Praxis</i>	81
4 Lieferantenmanagement: Erfolg braucht leistungsstarke Partner	87
Auswahl der (Direkt-)Lieferanten: Die Suche nach der Nadel im Heuhaufen	87
Auftragsmanagement: Kontrolle ist gut, intensive Kontrolle ist besser	102
Lieferantenbewertung: Erfolgchancen kann man messen	104
Lieferantenentwicklung: Gemeinsam besser werden	106
<i>Lieferantenmanagement: Interviewpartner schildern ihre Praxis</i>	111

5	Logistische Abwicklung: Effizienz um die halbe Welt	115
	Wie gelangt das Richtige rechtzeitig an den richtigen Ort?	
	Logistik – eine komplexe Materie	115
	Gestaltung des Warenstroms: Schritt für Schritt in die Filialen	116
	Gestaltung des Informationsstroms: Damit alle jederzeit alles wissen	124
	<i>Logistische Abwicklung: Interviewpartner schildern ihre Praxis</i>	128
6	Die richtige Steuerlogik: Mittel gegen Abschriften und Fehlmengen.....	129
	Mengensteuerung – der Umgang mit der Unsicherheit	129
	Produktion: Differenzierte Steuerung bei Kollektionen	130
	Distribution: Trend zur flexiblen Nachversorgung.....	135
	Exkurs: Klassischer „Pull-Vertreter“ NOS-Ware – Erfolgsfaktoren für Replenishment.....	138
	<i>Steuerlogik: Interviewpartner schildern ihre Praxis</i>	140
7	Aufbauorganisation: Den Rahmen für exzellente Beschaffung setzen	143
	Der grundlegende Bauplan: Organisatorische Grenzen richtig definieren	143
	Beschaffung als Abwickler oder Integrator: Abgrenzung gegenüber anderen Funktionen	145
	Zentrale und/ oder dezentrale Beschaffung: Abgrenzung der Funktionen in der Unternehmenszentrale	146
	Support Offices oder Full Service Offices: Die Rolle der Einkaufsbüros vor Ort.....	152

Aufbau eines lokalen Einkaufsbüros: Auf welche Überlegungen kommt es an?.....	156
Zusammenspiel aller Beschaffungseinheiten: Spezialisierung, Wettbewerb und Vertrauen	160
<i>Aufbauorganisation:</i>	
<i>Interviewpartner schildern ihre Praxis</i>	167
8 So wächst Ihre Beschaffung in die neue Rolle: Empfehlungen für ein Verbesserungsprogramm.....	171
Der Arbeitsmodus: Projektform klar von Vorteil	171
Die einzelnen Phasen: Ablauf und Erfolgsfaktoren	173
Literaturempfehlungen.....	187
Glossar	191
Verzeichnis der Fallstudien	197
Über die Autoren.....	199

Global Sourcing im Handel

Wie Modeunternehmen erfolgreich beschaffen

Merkel, H.; Breuer, P.; Eltze, C.; Kerner, J.

2008, XII, 190 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-77059-6