

## Vorwort

Die Auflösung herkömmlicher Geschäftsmodelle bei Automobilherstellern und Lieferanten drückt sich insbesondere in diversen Zusammenarbeitsformen zwischen diesen aus. Traditionelle und neue Modelle der Leistungstransfers zwischen OEMs und Lieferanten in allen Richtungen haben sich etabliert. Darüber hinaus machen modulare kundennutzenorientierte Organisationsinnovationen mit hoher Integration von Lieferanten, die in frühen Wertschöpfungsstufen beginnt, ein revidiertes Verständnis der Entwicklung von Lieferantenbeziehungen notwendig.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, durch eine Symbiose aus Kontext und Struktur der Lieferantenbeziehungen der Automobilhersteller eine ganzheitliche Sichtweise auf die aktuelle Situation und die Herausforderungen der Automobilbranche zu entfalten. Darauf aufbauend wird eine organisationstheoretisch fundierte strategische Perspektive eines Managements in Netzwerken aufgezeigt. Die Ergebnisse sollen in der Praxis zu kritischer Reflexion gewohnter Verhaltensweisen sowie zur Generierung neuer Ideen und Denkweisen durch das Management von Automobilherstellern und Lieferanten anregen. Ebenso kann die Arbeit für Praktiker aus anderen Branchen als auch Wissenschaftlern für weitere Forschungsbemühungen als Impulsgeber dienen.

Genau wie OEMs bei der Erstellung innovativer Automobilprodukte im Wertschöpfungsnetzwerk auf Partner vertrauen, so konnte auch der Autor dieser Arbeit sich stets der Unterstützung von Partnern gewiss sein.

Mein Dank geht zunächst an meinen Doktorvater Professor Dr. Max Ringlstetter. Herausheben möchte ich die notwendigen - aber nicht selbstverständlichen - Freiräume im Sinne einer gemäßigt voluntaristischen Führungsphilosophie, die mir in meiner Zeit am Lehrstuhl sowohl in Forschung als auch in Lehre gewährt waren. Die verantwortliche Nutzung der Freiheit wird auch meinen weiteren Lebensweg prägen. An dieser Stelle gilt mein Dank ebenso Herrn Professor Dr. Harald Pechlaner für seine vielfältigen Anstöße und die Übernahme des Korreferats. Darüber hinaus bedanke ich mich bei Herrn Professor Dr. Andrej Vizjak für seine Unterstützung und die Kooperation in diversen Beratungsprojekten, die die kritische Reflexion von Praxis und Wissenschaft angereichert haben. In meinen Dank beziehe ich ebenso alle Praxispartner ein, die mir für die erkenntnisreichen Gespräche zur Verfügung standen.

Bei meinen guten Freunden und Kollegen Dr. Alexander Reichhuber, Dr. Sebastian Schömann, Dr. Martin Stolz und Gorazd Ocvirk bedanke ich mich herzlich für viele intensive Diskurse sowie die gemeinsamen Anstrengungen bei unseren Lehrstuhlaktivitäten. Nicht nur die Erarbeitung und Durchführung der Vorlesung „Management und Strategien von Automotive-Unternehmen“ bleibt in Erinnerung. Ebenso gilt ein außerordentliches Dankeschön unserer guten Seele im Sekretariat Walburga Mosburger, die durch Ihre wunderbare Art den Lehr-

stuhl prägt. Nicht zuletzt danke ich Stefanie Sønnichsen für Ihre Unterstützung während der Erstellung der Arbeit.

Mein großer Dank gilt meinem Onkel Dr. Franz Schafranski. Er war mir auf meinem Weg zur Inaugural-Dissertation immer mehr als nur ein akademischer Sparringspartner. Besonders bedanken möchte ich mich bei meinen Eltern Elisabeth und Michael Dölle sowie meinen Brüdern Sebastian und Simon ohne deren Liebe und Rückhalt die akademische Arbeit heute nicht vorliegen würde.

Johannes Edmund Dölle

Lieferantenmanagement in der Automobilindustrie  
Struktur und Entwicklung der Lieferantenbeziehungen  
von Automobilherstellern

Dölle, J.E.

2013, XXII, 233 S. 51 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4042-1