PETER LANG
INTERNATIONAL ACADEMIC PUBLISHERS

Stuhlert, Marcus

Einsatz und Wirkung von Electronic Business-Anwendungen in Kunden-Lieferanten-Beziehungen

Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien, 2005. XIX, 190 S., zahlr. Abb. und Tab.
Marktorientierte Unternehmensführung. Bd. 27
Herausgegeben von Hermann Freter

Print: ISBN 978-3-631-53664-3 br. (Softcover)
SFR 61.00 / €* 53.95 / €** 55.40 / € 50.40 / £ 40.00 / US$ 65.95

Order online: www.peterlang.com

Book synopsis

Das Beziehungsmanagement stellt einen wesentlichen Eckpfeiler der Lieferantenstrategie dar. Lieferanten sind sich der Bedeutung des einzelnen Kunden bewusst und richten ihre Aktivitäten an dem Ziel aus, den Kunden möglichst langfristig als Partner zu gewinnen. Auf Basis der Feststellung, dass sich eine enge Beziehung zwischen Kunde und Lieferant positiv auf die Ergebnisse der Lieferbeziehung auswirkt, versuchen aber auch Kunden, die Lieferanten möglichst früh in ihre Wertschöpfungsprozesse einzubinden. Mit dem Ziel, Prozesse zwischen Kunden und Lieferanten effizienter und kostengünstiger zu gestalten, tragen Kunden vermehrt Electronic Business-Konzepte an die Zulieferer heran. Offen bleibt dabei die Frage, welche Veränderungen der Einsatz von Electronic Business-Anwendungen auf die Qualität der engen Beziehungen zwischen Lieferant und Kunde hat, um deren Aufbau sich die Lieferanten intensiv bemühen. Um diese Frage zu untersuchen, wird der Arbeit ein eigener Konzeptrahmen mit den wichtigsten Electronic Business-Anwendungsbereichen (Electronic Collaboration, Electronic Procurement und Supply Chain Management) zu Grunde gelegt. Als Erfolgsgröße wird die «Beziehungsqualität» herangezogen, die die Güte einer Beziehung in Höhe des gegenseitigen Vertrauens, des Commitment und der Beziehungszufriedenheit ausdrückt. Die Arbeit gibt auf Basis einer Befragung von Beschaffungsmanagern, mit der der Wirkungszusammenhang zwischen dem Einsatz von Electronic Business-Instrumenten und der Beziehungsqualität untersucht wird, Handlungsempfehlungen für den Einsatz der wichtigsten Electronic Business-Anwendungsbereiche.

Contents

Aus dem Inhalt: Kunden-Lieferanten-Beziehungen im Zuliefergeschäft - Electronic Business - Beziehungsqualität als Gütemaß für Kunden-Lieferanten-Beziehungen - Hypothesenmodell - Empirische Untersuchung - Ergebnisdiskussion.

About the author(s)/editor(s)

Der Autor: Marcus Stuhlert, geboren 1972 in Leer, studierte von 1992 bis 1997 Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität Siegen. Ab 1998 war er externer Doktorand und von 2000 bis 2002 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Marketing der Universität Siegen. 2004 schloss er seine Promotion ab.

Our prices are recommended retail prices and are exclusive of shipping costs. We reserve the right to alter prices. We supply to libraries at a discount of 5%.
* incl. VAT - only applies to Germany and EU customers without VAT Reg No
** incl. VAT - only applies to Austria

Peter Lang - International Academic Publishers
Moosstrasse 1 - POB 350
CH-2542 Pieterlen / Switzerland

Tel. ++41 (0)32 376 17 17 - Fax ++41 (0)32 376 17 27
e-mail: info@peterlang.com
Website: www.peterlang.com