

Global Sourcing im Handel

Wie Modeunternehmen erfolgreich beschaffen

Bearbeitet von
Helmut Merkel, Peter Breuer, Christoph Eltze, Jürgen Kerner

1. Auflage 2007. Buch. xii, 190 S. Hardcover

ISBN 978 3 540 77059 6

Format (B x L): 15,5 x 23,5 cm

Gewicht: 1060 g

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

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