

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung	1
1.1 Hinführung und Problemstellung: Bedeutung industrieller Dienstleistungen	1
1.2 Methodik und Aufbau	2
Literatur	3
2 Begriffliche und systematisierende Grundlagen	5
2.1 Begriff der industriellen Dienstleistung	5
2.2 Herausforderungen bei der Beschaffung industrieller Dienstleistungen ...	6
2.3 Systematisierung von industriellen Dienstleistungen	8
Literatur	10
3 Überblick über die 15M-Architektur	11
3.1 Grundverständnis der 15M-Architektur der Supply-Strategie	14
3.2 Dienstleistungsbezug in der 15M-Architektur	26
Literatur	33
4 Dienstleistungen in der Supply-Rahmenstrategie	35
4.1 Wertbeitragsziele	38
4.2 Strategische Analyse	48
4.2.1 Überblick über Analysefelder	49
4.2.2 Überblick über spezifische Dienstleistungsrisiken	52
4.3 Strategische Ausrichtung	56
4.3.1 Typische Dienstleistungsstrategien	58
4.3.2 Spend-Control-Strategie: Reduzierung von Maverick Buying	62
4.3.3 Formierung der Dienstleistungsmärkte	67
4.3.4 Formulierung und Steuerung der Dienstleistungsstrategie	77
Literatur	86
5 Dienstleistungsspezifische Supply-Marktstrategien	89
5.1 Dienstleistungsspezifische Marktanalysen	89
5.2 Marktziele für Dienstleistungen	93

5.3	Gestaltungsfelder von Supply-Marktstrategien	94
5.3.1	Demand Management	95
5.3.2	Beschaffungsobjekt/Service-Charakteristika	96
5.3.3	Sourcing und Dienstleister	99
5.3.4	Vergütungsformen	103
5.3.5	Prozess-Hebel	108
5.4	Systematisierung und Formulierung von Marktstrategien	110
5.5	Kategoriespezifische Marktstrategien	113
5.5.1	Beispiel Reisedienstleistungen/Travel	114
5.5.2	Beispiel Gebäudedienstleistungen/Facility Management	118
5.5.3	Beispiel Transport- und Logistikdienstleistungen	122
5.5.4	Beispiel Agentur- und Beratungsservices/Consulting	126
	Literatur	131
6	Dienstleisterstrategie	135
6.1	Dienstleisterbewertung	137
6.1.1	Aufbau eines Systems zur Dienstleisterbewertung	139
6.1.2	Aufbau eines Systems zur Dienstleistungsbewertung	142
6.1.3	Durchführung der Dienstleisterbewertung	153
6.2	Identifikation, Präqualifikation und Freigabe neuer Dienstleister	155
6.3	Klassifizierung von Dienstleistern und Formulierung von Dienstleisterstrategien und -zielen	156
6.3.1	Gegenstand der Dienstleisterstrategie	157
6.3.2	Klassifizierung von Dienstleistern	160
6.3.3	Formulierung von Dienstleisterstrategien	164
6.3.4	Definition von Dienstleisterzielen	168
6.3.5	Kommunikation und Steuerung der Dienstleisterstrategie	169
	Literatur	170
7	Prozesse in der Dienstleistungsbeschaffung	171
7.1	Prozessarchitektur	171
7.2	Prozessdokumentation und -analyse	173
7.2.1	Allgemeine Hinweise zu Dokumentation und Analyse von Prozessen	173
7.2.2	Besonderheiten taktischer Dienstleistungsbeschaffungsprozesse . . .	174
7.2.3	Operative Beschaffungsprozesse für Dienstleistungen	199
7.3	Prozessstrategien und -ziele	204
7.3.1	Dienstleistungspezifische Beschaffungsprozessziele	204
7.3.2	Umsetzungsansätze für Prozessstrategien in der Dienstleistungsbeschaffung	207
	Literatur	209

8 Performance Management im Dienstleistungseinkauf	211
8.1 Regelkreisorientierte Steuerung im Dienstleistungseinkauf	212
8.2 Schaffung von Transparenz	218
8.3 Messung und Steuerung des Einkaufserfolges im Dienstleistungseinkauf	230
8.4 Reifegradmanagement im Dienstleistungseinkauf	247
Literatur	252
9 Schlussbetrachtung: Dienstleistungseinkauf 4.0?	255
9.1 Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse	255
9.2 Ausblick	257
Literatur	258