

Rudolf Large

**Interpersonelle Kommunikation und
erfolgreiches Lieferantenmanagement**

(Folgende Bände sind zuletzt erschienen:)

Band 289 PD Dr. Sabine Boerner
Führungsverhalten und Führungserfolg

Band 290 Dr. habil. Andreas Otto
Management und Controlling von Supply Chains

Band 291 Prof. Dr. Alexander Bassen
Institutionelle Investoren und Corporate Governance

Band 292 Prof. Dr. Christoph Burmann
Strategische Flexibilität und Strategiewechsel als Determinanten des Unternehmenswertes

Band 293 Dr. Rainer Souren
Konsumgüterverpackungen in der Kreislaufwirtschaft

Band 294 Prof. Dr. Joachim Eigler
Dezentrale Organisation und interne Unternehmungsrechnung

Band 295 PD Dr. Katja Schimmelpfeng
Lebenszyklusorientiertes Produktionssystemcontrolling

Band 296 Prof. Dr. Silvia Rogler
Risikomanagement im Industriebetrieb

Band 297 Prof. Dr. Peter Letmathe
Flexible Standardisierung

Band 298 Prof. Dr. Thomas Hess
Netzwerkcontrolling

Band 299 PD Dr. Michael J. Fallgatter
Theorie des Entrepreneurship

Band 300 PD Dr. Heike Proff
Konsistente Gesamtunternehmensstrategien

Band 301 PD Dr. Holger Kahle
Internationale Rechnungslegung und ihre Auswirkungen auf Handels- und Steuerbilanz

Band 302 PD Dr. Paul Wentges
Corporate Governance und Stakeholder-Ansatz

Band 303 Dr. Michael Hinz
Der Konzernabschluss als Instrument zur Informationsvermittlung und Ausschüttungsbemessung

Band 304 PD Dr. Gertrud Schmitz
Die Zufriedenheit von Versicherungsvertretern als unternehmerische Zielgröße

Band 305 Prof. Dr. Dieter Gramlich
Kreditinstitute und Cross Risks

Band 306 Prof. Dr. Ricarda B. Bouncken
Organisationale Metakompetenzen

Band 307 PD Dr. Marcus Riekeberg
Erfolgsfaktoren bei Sparkassen

Band 308 Prof. Dr. Martin Faßnacht
Eine dienstleistungsorientierte Perspektive des Handelsmarketing

Band 309 Prof. Dr. Peter Witt
Corporate Governance-Systeme im Wettbewerb

Band 310 PD Dr. Stefan Müller
Management-Rechnungswesen

Band 311 PD Dr. Jochen Bigus
Zur Theorie der Wagnisfinanzierung

Band 312 Prof. Dr. Harald Pechlaner
Tourismus-Destinationen im Wettbewerb

Band 313 PD Dr. Udo Buscher
Kostenorientiertes Logistikmanagement in Metalogistiksystemen

Band 314 PD Dr. Carsten Baumgarth
Wirkungen des Co-Brandings

Band 315 PD Dr. Andreas Bausch
Unternehmungszusammenschlüsse

Band 316 PD Dr. Barbara Mikus
Strategisches Logistikmanagement

Band 317 PD Dr. Ruth Stock
Teams an der Schnittstelle zwischen Anbieter- und Kunden-Unternehmen

Band 318 PD Dr. Andreas Behr
Investment and Liquidity Constraints

Band 319 Dr. habil. Jost Adler
Anbieter- und Vertragstypenwechsel

Band 320 PD Dr. Dirk Ulrich Gilbert
Vertrauen in strategischen Unternehmensnetzwerken

Band 321 Prof. Dr. Rudolf Large
Interpersonelle Kommunikation und erfolgreiches Lieferantenmanagement

Band 322 Prof. Dr. Matija Denise Mayer
Venture Finance

Rudolf Large

Interpersonelle Kommunikation und erfolgreiches Lieferantenmanagement

Eine Kausalanalyse des externen
Kommunikationsverhaltens von
Beschaffungsmanagern

Deutscher Universitäts-Verlag

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Habilitationsschrift Technische Universität Darmstadt, 2003

1. Auflage Dezember 2003

Alle Rechte vorbehalten

© Deutscher Universitäts-Verlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2003

Lektorat: Ute Wrasmann

Der Deutsche Universitäts-Verlag ist ein Unternehmen von
Springer Science+Business Media.
www.duv.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Regine Zimmer, Dipl.-Designerin, Frankfurt/Main

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN-13:978-3-8244-9120-9

e-ISBN-13:978-3-322-82005-1

DOI: 10.1007/978-3-322-82005-1

meiner Mutter

Vorwort

Kommunikation mit Lieferanten ist ein wesentlicher Bestandteil der Tätigkeit von Beschaffungsmanagern. Obwohl diese Aussage auf den ersten Blick trivial erscheint, ist dieses Phänomen durch die Betriebswirtschaftslehre kaum erforscht. Dies betrifft sowohl das Phänomen selbst als auch die Erfolgswirkungen des Kommunikationsverhaltens von Beschaffungsmanagern und die Bestimmungsgründe dieses Verhaltens. Ziel der folgenden Untersuchung ist es, einen Beitrag zur Erforschung dieses Phänomens zu leisten.

Mein Dank gilt an erster Stelle meinem verehrten akademischen Lehrer Prof. Dr. Dr. h.c. Hans-Christian Pfohl, der es mir ermöglicht hat, als externer Habilitand diese Schrift am Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften der TU Darmstadt zu erstellen. Danken möchte ich auch Herrn Prof. Dr. Günter Specht für die spontane Übernahme des Koreferats. An dieser Stelle möchte ich auch meine Kollegen an der Hochschule Anhalt (FH) erwähnen, die mich während meiner Arbeit an dieser Schrift begleitet haben. Frau Prof. Dr. Elena Kastanova, Frau Prof. Cornelia Scott sowie den Herren Prof. Dr. Flemmig, Heine, Krüger und Richter danke ich für ihre stete Diskussionsbereitschaft. Herrn Dekan Prof. Dr. Harald Seythal sei für die Freiräume und sein Verständnis für mein Habilitationsvorhaben gedankt.

Mein besonderer Dank gilt Herrn Prof. Dr. Christian Homburg, der im Rahmen eines Seminars des Verbands der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft mein Interesse für die Kausalanalyse geweckt hat. Ebenso möchte ich dem Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V., Herrn Dr. Hildebrandt, für seine Unterstützung bei der Datenerhebung danken. Frau Anja Schubert hat wiederum die mühevollen Durchsicht des Manuskripts übernommen. Auch ihr sei deshalb ausdrücklich gedankt.

Meine Frau Birgit hat mich bei der Durchführung der Datenerhebung tatkräftig unterstützt und musste darüber hinaus wie meine Töchter Rebekka und Friederike zu oft auf gemeinsame Zeiten verzichten. Ihnen möchte ich deshalb ganz besonders für ihr Verständnis danken. Gewidmet ist die Schrift meiner Mutter, Hedwig Large, die durch ihren steten und selbstlosen Einsatz meinen Weg begleitet und ermöglicht hat.

Saarbrücken im November 2003

Rudolf O. Large

Inhalt

1	Problemstellung, Ziele und Einordnung.....	1
1.1	Problemstellung.....	1
1.2	Forschungsziele und Abgrenzungen.....	9
1.3	Methodologische Einordnung.....	11
1.4	Aufbau der Arbeit	13
2	Inhaltliche und methodische Grundlagen	17
2.1	Grundbegriffe der Kommunikation	17
2.2	Management, Beschaffungsmanagement, Lieferantenmanagement.....	22
2.3	Kausalanalyse und Strukturgleichungsmodelle	41
2.3.1	Einordnung der Kausalanalyse	41
2.3.2	Modellformulierung	43
2.3.3	Anpassungsgüte des Messmodells.....	50
2.3.4	Anpassungsgüte des Kausalmodells	56
2.3.5	Parameterschätzung	65
3	Entwurf des Kausalmodells	70
3.1	Theoretische Konstrukte und deren Faktoren.....	70
3.1.1	Grundmodell	70
3.1.2	Kommunikationsverhalten	71
3.1.3	Kommunikationsqualität	90
3.1.4	Erfolg	94
3.1.5	Einflussgrößen des Kommunikationsverhaltens	103
3.2	Entwurf des Strukturmodells	111
3.2.1	Hypothesenbildung.....	111
3.2.2	Aufbau des Strukturmodells	129
3.3	Entwurf des Messmodells	130
3.3.1	Indikatoren des Kommunikationsverhaltens.....	130
3.3.2	Indikatoren der Kommunikationsqualität	141
3.3.3	Indikatoren des Lieferantenmanagementenerfolgs und der Zufriedenheit	144
3.3.4	Indikatoren der Einflussgrößen	147
3.3.5	Vorläufiger Aufbau des Kausalmodells	150

4	Voruntersuchung, Messmodellüberprüfung und erste Modellrevision	152
4.1	Fragebogengestaltung und Durchführung der Voruntersuchung	152
4.2	Erste Überprüfung des Messmodells	153
4.2.1	Kommunikationsverhalten	153
4.2.2	Kommunikationsqualität	157
4.2.3	Lieferantenmanagementenerfolg und Zufriedenheit ...	159
4.2.4	Einflussgrößen des Kommunikationsverhaltens	162
4.3	Erforderliche Modifikationen des Messmodells	165
4.3.1	Kommunikationsverhalten	166
4.3.2	Kommunikationsqualität	170
4.3.3	Lieferantenmanagementenerfolg und Zufriedenheit ...	171
4.3.4	Einflussgrößen des Kommunikationsverhaltens	173
4.4	Aufbau des Kausalmodells nach der Voruntersuchung	177
5	Datenerhebung, Modellüberprüfung und zweite Modellrevision	180
5.1	Datenerhebung der Hauptuntersuchung	180
5.2	Beurteilung und zweite Revision des Messmodells	183
5.2.1	Kommunikationsverhalten	183
5.2.2	Kommunikationsqualität	188
5.2.3	Lieferantenmanagementenerfolg und Zufriedenheit ...	190
5.2.4	Einflussgrößen des Kommunikationsverhaltens	192
5.3	Aufbau des Kausalmodells nach der zweiten Revision des Messmodells	195
5.4	Beurteilung der Anpassungsgüte des Kausalmodells	198
5.4.1	Erste Überprüfung des Kausalmodells	198
5.4.2	Mögliche Verbesserung des Kausalmodells	201
5.4.3	Erneute Bewertung des revidierten Kausalmodells	207
6	Ergebnisse	212
6.1	Parameterschätzung	212
6.2	Ausschluss der Beziehungen ohne Erklärungsgehalt und abschließende Schätzung und Überprüfung	218
6.3	Überprüfung auf Verzerrungen durch fehlende Normalität und Parameterschätzung auf Basis des Bootstrap-Prinzips	223

6.4	Gültigkeit der Hypothesen	234
6.4.1	Kommunikationsverhalten und Kommunikationsqualität	235
6.4.2	Kommunikationsqualität, Lieferantenmanagement-erfolg und Zufriedenheit	238
6.4.3	Einflussgrößen des Kommunikationsverhaltens	241
6.5	Direkte, indirekte und totale Effekte	248
7	Diskussion der Ergebnisse, Einschränkungen und Folgerungen für das Management.....	256
7.1	Diskussion der Ergebnisse.....	256
7.1.1	Kommunikationsqualität	256
7.1.2	Kommunikationsverhalten	258
7.1.3	Einflussgrößen.....	261
7.1.4	Zufriedenheit.....	265
7.2	Allgemeingültigkeit der Ergebnisse	266
7.3	Folgerungen für das Management.....	269
8	Zusammenfassung und weiterer Forschungsbedarf.....	273
8.1	Zusammenfassung.....	273
8.2	Weiterer Forschungsbedarf.....	274
Anhang 1 :	Liste der Indikatoren der Voruntersuchung	276
Anhang 2 :	Liste der Indikatoren der Hauptuntersuchung.....	280
Anhang 3 :	Mittelwerte und Standardabweichungen der einbezogenen Indikatoren.....	286
Anhang 4 :	Endgültige Liste der Hypothesen des Kausalmodells.....	287
	Literaturverzeichnis	289

Verzeichnis der mathematischen Größen

Σ	durch das Modell generierte Kovarianzmatrix
β	Bootstrap-Schätzer eines Regressionskoeffizienten
λ_{ij}	Ladung von Faktor j auf Indikator i
σ_{ij}^2	Varianz des Indikators i eines Faktors j
σ_{ilj}^2	Kovarianz zwischen Indikator i und Indikator l eines Faktors j
ϑ_{ij}^2	geschätzte Varianz des Messfehlers von Indikator i eines Faktors j
φ_j^2	geschätzte Varianz des Faktors j
ψ_j^2	geschätzte Varianz des Residuums von Faktor j
χ^2	χ^2 -Teststatistik der Diskrepanzfunktion
AGFI	Adjusted Goodness-of-Fit-Index
B	Anzahl der Bootstrap-Stichproben
b_j	Regressionskoeffizient des Faktors j
b_j^*	standardisierter Regressionskoeffizient des Faktors j
CA_j	Cronbach Alpha des Faktors j
CFI	Comparative Fit Index
DEV_j	durchschnittlich erfasste Varianz des Faktors j
df	Freiheitsgrad
$F(S, \Sigma)$	Diskrepanzfunktion
FR_j	Faktorreliabilität des Faktors j
GFI	Goodness-of-Fit-Index
k	Anzahl der Indikatoren im Modell
k_j	Anzahl der Indikatoren eines Faktors j
kurtosis	Wölbung
m_x	Mittelwert des Indikators x
n	Stichprobenumfang
NFI	Normed Fit Index
qmk_j	quadrierte multiple Korrelation der endogenen Variable y_j
r	Anzahl der zu schätzenden Parameter im Modell
rel_{ij}	Indikatorreliabilität des Indikators i eines Faktors j
RMR	Root Mean Residual
RMSEA	Root Mean Squared Error of Approximation
S	empirische Kovarianzmatrix

skew	Schiefekoeffizient
s_x	Standardabweichung des Indikators x
s_{y_i}	Standardabweichung der erklärenden latenten Variable y_i
s_{y_j}	Standardabweichung der erklärenden latenten Variable y_j
x	Indikatorvariable
x_n	Ausprägung des Indikators x im Datensatz n
y	latente Variable