

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XXIX
Modellverzeichnis	XXXIII
Symbolverzeichnis	XXXV
Abkürzungs- und Akronymverzeichnis.....	XXXVII
1 Motivation, Themeneingrenzung und Aufbau der Arbeit.....	1
1.1 Einführung in die wissenschaftliche Problemstellung.....	1
1.2 Überblick über den Aufbau der Arbeit	5
2 Begriffliche Grundlagen.....	7
2.1 Lieferkette.....	7
2.2 Supply Chain Management	9
2.3 Bullwhip-Effekt	15
3 Entstehung des Bullwhip-Effektes	21
3.1 Darstellung der Ursachen	21
3.1.1 Ursache „Nachfrageprognose“	21
3.1.1.1 Darstellung der Ursache „Nachfrageprognose“	21
3.1.1.2 Mathematisches Modell der Ursache „Nachfrageprognose“	30
3.1.1.3 State-of-the-Art der Literatur zur Ursache „Nachfrageprognose“	47
3.1.2 Ursache „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“	54
3.1.2.1 Darstellung der Ursache „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“	54
3.1.2.2 Mathematisches Modell der Ursache „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“	55
3.1.2.3 State-of-the-Art der Literatur zur Ursache „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“	69
3.1.3 Ursache „Zeitverzug“	70
3.1.3.1 Darstellung der Ursache „Zeitverzug“	70
3.1.3.2 Mathematisches Modell der Ursache „Zeitverzug“	71
3.1.3.3 State-of-the-Art der Literatur zur Ursache „Zeitverzug“	92
3.1.4 Ursache „Bündelung von Aufträgen“	96
3.1.4.1 Darstellung der Ursache „Bündelung von Aufträgen“	96
3.1.4.2 Mathematisches Modell zur Ursache „Bündelung von Aufträgen“	99
3.1.4.3 State-of-the-Art der Literatur zur Ursache „Bündelung von Aufträgen“	115

3.1.5 Ursache „Preisschwankungen“	119
3.1.5.1 Darstellung der Ursache „Preisschwankungen“	119
3.1.5.2 Mathematisches Modell zur Ursache „Preisschwankungen“	122
3.1.5.3 State-of-the-Art der Literatur zur Ursache „Preisschwankungen“	132
3.1.6 Ursache „Engpasspoker“	134
3.1.6.1 Darstellung der Ursache „Engpasspoker“	134
3.1.6.2 Mathematisches Modell zur Ursache „Engpasspoker“	137
3.1.6.3 State-of-the-Art der Literatur zur Ursache „Engpasspoker“	144
3.2 Systematisierung der Ursachen der Entstehung des Bullwhip-Effektes	146
4 Maßnahmen zur Reduzierung des Bullwhip-Effektes	157
4.1 Darstellung der Maßnahmen	157
4.1.1 Maßnahmen zur Ursache „Nachfrageprognose“	157
4.1.2 Maßnahmen zur Ursache „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“	167
4.1.3 Maßnahmen zur Ursache „Bündelung von Aufträgen“	171
4.1.4 Maßnahmen zur Ursache „Preisschwankungen“	175
4.1.5 Maßnahmen zur Ursache „Engpasspoker“	179
4.2 Systematisierung der Maßnahmen zur Reduzierung des Bullwhip-Effektes	183
5 Entscheidungsmodell zur Reduzierung des Bullwhip-Effektes.....	187
5.1 Darstellung der Handlungsalternativen	189
5.1.1 Handlungsalternativen zur Ursache „Nachfrageprognose“	189
5.1.1.1 Ansatzpunkt „lokale Informationen“	189
5.1.1.2 Ansatzpunkt „Prognosemethode“	224
5.1.2 Handlungsalternativen zur Ursache „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“	242
5.1.3 Handlungsalternativen zur Ursache „Bündelung von Aufträgen“	266
5.1.3.1 Ansatzpunkt „lokale Informationen“	266
5.1.3.2 Ansatzpunkt „Entkopplung der Nachfrage von der Endkonsumentennachfrage“	289
5.1.4 Handlungsalternativen zur Ursache „Preisschwankungen“	294
5.1.4.1 Ansatzpunkt „lokale Informationen“	295
5.1.4.2 Ansatzpunkt „Entkopplung der Nachfrage von der Endkonsumentennachfrage“	305
5.1.4.3 Ansatzpunkt „Entkopplung der Nachfrage vom eigenen Bedarf“	312
5.1.5 Handlungsalternativen zur Ursache „Engpasspoker“	317
5.2 Bewertung der Handlungsalternativen	327
5.3 Darstellung der Umweltzustände.....	331

5.4 Bewertungen der Kombinationen aus Handlungsalternativen und Umweltzuständen	337
5.4.1 Reduzierung des Bullwhip-Effektes bei identischem Verhalten der Teilnehmer	339
5.4.1.1 Verhaltenstyp 1-5: Ursachen einzeln betrachtet	339
5.4.1.2 Verhaltenstyp 6: Ursachen „Nachfrageprognose“ und „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“	340
5.4.1.3 Verhaltenstyp 7: Ursachen „Nachfrageprognose“ und „Bündelung von Aufträgen“	370
5.4.1.4 Verhaltenstyp 8: Ursachen „Nachfrageprognose“ und „Preisschwankungen“	379
5.4.1.5 Verhaltenstyp 9: Ursachen „Nachfrageprognose“ und „Engpasspoker“	379
5.4.1.6 Verhaltenstyp 10: Ursachen „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“ und „Bündelung von Aufträgen“	379
5.4.1.7 Verhaltenstyp 11: Ursachen „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“ und „Preisschwankungen“	383
5.4.1.8 Verhaltenstyp 12: Ursachen „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“ und „Engpasspoker“	384
5.4.1.9 Verhaltenstyp 13: Ursachen „Nachfrageprognose“, „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“ und „Bündelung von Aufträgen“	384
5.4.1.10 Verhaltenstyp 14: Ursachen „Nachfrageprognose“, „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“ und „Preisschwankungen“	390
5.4.1.11 Verhaltenstyp 15: Ursachen „Nachfrageprognose“, „Falsche Wahrnehmung der Teilnehmer“ und „Engpasspoker“	390
5.4.2 Reduzierung des Bullwhip-Effektes bei unterschiedlichem Verhalten der Teilnehmer	391
5.4.2.1 Kombination 1 von unterschiedlichen Verhaltenstypen der Teilnehmer	393
5.4.2.2 Kombination 2 von unterschiedlichen Verhaltenstypen der Teilnehmer	403
5.4.2.3 Kombination 3 von unterschiedlichen Verhaltenstypen der Teilnehmer	414
5.4.2.4 Kombination 4 von unterschiedlichen Verhaltenstypen der Teilnehmer	447
6 Fazit.....	460
Anhang.....	463
Literaturverzeichnis	465