

Anhang

Anhang A:	Operationalisierungsvorschlag von Transparenz in Supply Chains	198
Anhang B:	Fragebogen (Haupterhebung)	199
Anhang C:	Häufigkeitstabellen (Haupterhebung)	202
Anhang D:	Ergebnisse der Gemeinsamen Conjoint-Analyse (Haupterhebung)	205
Anhang E:	Fragebogen (Pretest)	206
Anhang F:	Häufigkeitstabellen (Pretest)	209
Anhang G:	Ergebnisse der Gemeinsamen Conjoint-Analyse (Pretest)	211
Anhang H:	Regressionsanalyse (Pretest)	212
Anhang I:	Wichtigkeiten ermittelt durch Regressionsanalyse (Pretest)	213
Anhang J:	Gesprächsleitfaden der durchgeführten problemzentrierten Interviews	214
Anhang K:	Protokolle der durchgeführten problemzentrierten Interviews	215
Anhang L:	Werbekampagne von McDonalds	219

Anhang A: Operationalisierungsvorschlag von Transparenz in Supply Chains (Quelle: In Anlehnung an Eßig/Amann (2008), S. 560)

Dimension		Indikator
Erweiterte ökonomische Transparenz		Liquidität (1. Grades, 2. Grades), Schuldentilgungsdauer
		Eigenkapitalquote, Working Capital
		Materialintensität, Personalintensität, Deckungsbeitrag
		Gesamtkapitalrentabilität, Eigenkapitalrentabilität
		Supply Chain-Cycle Time, Anteil auftragsbezogener Fertigung, freie Kapazität (Input), Betriebsstunden von Anlagen (Throughput), gefertigte Einheiten (Output), Störungen (Outcome)
		Einzel-, Prozess-, Transaktionskosten
Supply Chain-Struktur		Breite der Supply Chain
		Tiefe der Supply Chain
		Art der Beziehung zwischen SC-Netzwerkpartner
		Geographische Ausbreitung der SC
		Zeithorizont der Transaktionsbeziehung
		Geschäftsbeteiligungen (wirtsch. / rechtl.)
		Machtverhältnisse in der SC
		Abhängigkeit unter den SC-Partnern
	Bedeutung der SC-Elemente	
Supply Chain-Objektflüsse	Supply Chain-Materialflüsse	Bestell-, Liefer-, oder Fehlmengen
		Durchlaufzeit eines Beschaffungsauftrags
		Bedarfsmengen, Bestände, Ausschussmengen, Anzahl Fertigerzeugnisse
		Durchlaufzeit eines Fertigungsauftrags
		Anzahl ausgelieferter Erzeugnisse, Transportmengen
		Durchlaufzeit eines Versandauftrags
		Kapazitätsauslastung, Sicherheitsbestandsmengen
		Gesamtdurchlaufzeit eines Auftrags
	Supply Chain-Informationsflüsse	Kundenbedarfe (Endkunden, unmittelbare Kunden, interne Kunden)
		Abverkäufe an Kunden (Endkunden, unmittelbare Kunden)
		Produktions- und Transportaufträge
		Bestände (Fertigerzeugnisse, Halbfertigerzeugnisse, Rohstoffe)
		Kapazitäten (Produktion, Lager, Transport)
		Durchlaufzeiten (gesamt, Produktion, Versand)
	Supply Chain-Finanzflüsse	Cash-to-Cash-Cycle Time
		Debitorenziel (in Tagen)
		Kreditorenziel (in Tagen)

Fragebogen zum Konsum von Fleisch

Geschlecht weiblich männlich

Alter _____ Jahre

1. Welchen Stellenwert hat für Sie der Genuss von Fleischprodukten?

hoher Stellenwert niedriger Stellenwert

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5

2. Wie oft kaufen Sie Fleischprodukte ein (Anzahl der Einkäufe pro Woche)?

5x	4x	3x	2x	1x
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5

3. Wo kaufen Sie Ihre Fleischprodukte i.d.R. ein?

Metzger, Supermarkt, Discounter, direkt beim Erzeuger

4. Wie oft kaufen Sie Lebensmittel ein, abgesehen von Restaurantbesuchen?

5x	4x	3x	2x	1x (jeweils pro Woche)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5

5. Beim Einkauf von Lebensmitteln achten Sie besonders auf

	stimme ich voll zu		stimme ich gar nicht zu		
(a) Nährwert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(b) Zusatzstofffreiheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(c) Herkunft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(d) Markenprodukte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(e) Convenience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anhang B: Fortsetzung

6. Trotz aktueller Lebensmittelskandale möchten Sie nicht auf den Konsum von Rindfleisch verzichten. Vor diesem Hintergrund sollen Sie bitte Ihre Kaufentscheidung anhand der Eigenschaften Preis, Aussehen, Herkunftsangabe und Verwendbarkeit von Rindfleisch fällen. Zur Auswahl stehen Ihnen hierzu 11 fiktive Eigenschaftskombinationen, die Sie bitte mit Ihrer persönlichen Rangliste von 1 (hohe Präferenz) bis 11 (niedrige Präferenz) versehen.

3,50 €/100g
Bild 1
ohne Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

3,50 €/100g
Bild 3
mit Herstellerangabe
begrenzt verwendbar

Rang Nr. __

3,00 €/100g
Bild 1
mit Herstellerangabe
begrenzt verwendbar

Rang Nr. __

3,50 €/100g
Bild 2
mit Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

3,00 €/100g
Bild 3
ohne Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

3,00 €/100g
Bild 2
mit Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,50 €/100g
Bild 2
ohne Herstellerangabe
begrenzt verwendbar

Rang Nr. __

2,50 €/100g
Bild 1
mit Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,50 €/100g
Bild 3
mit Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,50 €/100g
Bild 1
ohne Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,50 €/100g
Bild 2
ohne Herstellerangabe
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

Erläuterungen:

mit Herstellerangabe bedeutet, dem Kunden ist zum Zeitpunkt des Kaufs die Herkunft des Produktes bzw. der Name des Produzenten bekannt

vielseitig verwendbar bedeutet, dass sich das Produkt z.B. sowohl zum Kurzbraten als auch für Schmorgerichte eignet

begrenzt verwendbar drückt aus, dass sich das Produkt bspw. nur zum Kurzbraten odernur für Schmorgerichte eignet 2

Darstellung der **Bilder 1-3** siehe Seite 3

Anhang B: Fortsetzung

Bild 1:



Bild 2:



Bild 3:



Anhang C: Häufigkeitstabellen (Haupterhebung)

Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiblich	14	17,1	17,1	17,1
	männlich	68	82,9	82,9	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	20	4	4,9	4,9	4,9
	21	8	9,8	9,9	14,8
	22	17	20,7	21,0	35,8
	23	21	25,6	25,9	61,7
	24	13	15,9	16,0	77,8
	25	7	8,5	8,6	86,4
	26	8	9,8	9,9	96,3
	27	3	3,7	3,7	100,0
	Gesamt	81	98,8	100,0	
Fehlend	System	1	1,2		
Gesamt		82	100,0		

Stellenwert des Genusses von Fleisch

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	hoher Stellenwert	45	54,9	54,9	54,9
	relativ hoher Stellenwert	25	30,5	30,5	85,4
	mittlerer Stellenwert	9	11,0	11,0	96,3
	relativ geringer Stellenwert	2	2,4	2,4	98,8
	geringer Stellenwert	1	1,2	1,2	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Anzahl der wöchentlichen Einkäufe von Fleisch

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	5 Einkäufe pro Woche	2	2,4	2,4	2,4
	4 Einkäufe pro Woche	6	7,3	7,3	9,8
	3 Einkäufe pro Woche	26	31,7	31,7	41,5
	2 Einkäufe pro Woche	29	35,4	35,4	76,8
	1 Einkauf pro Woche	18	22,0	22,0	98,8
	6	1	1,2	1,2	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Anhang C: Fortsetzung

Wahl der Einkaufsstätte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Metzger	9	11,0	11,0	11,0
	Supermarkt	52	63,4	63,4	74,4
	Discounter	18	22,0	22,0	96,3
	direkt beim Erzeuger	3	3,7	3,7	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Anzahl der wöchentlichen Einkäufe von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	5 Einkäufe pro Woche	2	2,4	2,4	2,4
	4 Einkäufe pro Woche	3	3,7	3,7	6,1
	3 Einkäufe pro Woche	23	28,0	28,0	34,1
	2 Einkäufe pro Woche	39	47,6	47,6	81,7
	1 Einkauf pro Woche	14	17,1	17,1	98,8
	6	1	1,2	1,2	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Bedeutung des Nährwerts von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	11	13,4	13,4	13,4
	stimme ich zu	21	25,6	25,6	39,0
	unentschlossen	30	36,6	36,6	75,6
	stimme ich nicht zu	9	11,0	11,0	86,6
	stimme ich gar nicht zu	11	13,4	13,4	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Bedeutung der Zusatzstofffreiheit von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	3	3,7	3,7	3,7
	stimme ich zu	11	13,4	13,4	17,1
	unentschlossen	21	25,6	25,6	42,7
	stimme ich nicht zu	25	30,5	30,5	73,2
	stimme ich gar nicht zu	22	26,8	26,8	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Anhang C: Fortsetzung

Bedeutung der Herkunft von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	7	8,5	8,5	8,5
	stimme ich zu	28	34,1	34,1	42,7
	unentschlossen	23	28,0	28,0	70,7
	stimme ich nicht zu	18	22,0	22,0	92,7
	stimme ich gar nicht zu	6	7,3	7,3	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Bedeutung von Markenprodukten bei Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	2	2,4	2,4	2,4
	stimme ich zu	18	22,0	22,0	24,4
	unentschlossen	37	45,1	45,1	69,5
	stimme ich nicht zu	20	24,4	24,4	93,9
	stimme ich gar nicht zu	5	6,1	6,1	100,0
	Gesamt	82	100,0	100,0	

Bedeutung von Convenience bei Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	1	1,2	1,2	1,2
	stimme ich zu	13	15,9	16,0	17,3
	unentschlossen	36	43,9	44,4	61,7
	stimme ich nicht zu	19	23,2	23,5	85,2
	stimme ich gar nicht zu	12	14,6	14,8	100,0
	Gesamt	81	98,8	100,0	
Fehlend	System	1	1,2		
Gesamt		82	100,0		

Anhang D: Ergebnisse der Gemeinsamen Conjoint-Analyse (Haupterhebung)

Nutzen			Nutzen- schätzung	Standard- fehler
Preis	2,50€/100g		,480	,050
	3,00€/100g		,015	,050
	3,50€/100g		-,495	,050
Qualität	Bild 1		1,813	,050
	Bild 2		,025	,050
	Bild 3		-1,838	,050
Sicherheit	mit Herstellerangabe		,818	,038
	ohne Herstellerangabe		-,818	,038
Flexibilität	vielseitig verwendbar		,242	,038
	begrenzt verwendbar		-,242	,038
(Konstante)			4,646	,040

Wichtigkeitswerte	
Preis	20,879
Qualität	50,801
Sicherheit	18,867
Flexibilität	9,453

Durchschnittlicher Wichtigkeitswert

Korrelationen(a)		
	Wert	Sig.
Pearson-r	1,000	,000
Kendall-Tau	1,000	,000
Kendall-Tau für Prüfkarten	1,000	.

a Korrelationen zwischen beobachteten und geschätzten Bevorzungen

Fragebogen zum Konsum von Fleisch

Geschlecht weiblich männlich

Alter _____ Jahre

1. Welchen Stellenwert hat für Sie der Genuss von Fleischprodukten?

hoher Stellenwert niedriger Stellenwert

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5

2. Wie oft kaufen Sie Fleischprodukte ein (Anzahl der Einkäufe pro Woche)?

5x	4x	3x	2x	1x
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5

3. Wo kaufen Sie Ihre Fleischprodukte i.d.R. ein?

Metzger, Supermarkt, Discounter, Naturkostladen, direkt beim Erzeuger

4. Wie oft kaufen Sie Lebensmittel ein, abgesehen von Restaurantbesuchen?

5x	4x	3x	2x	1x (jeweils pro Woche)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5

5. Beim Einkauf von Lebensmitteln achten Sie besonders auf

	stimme ich voll zu		stimme ich gar nicht zu
(a) Nährwert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3
(b) Zusatzstofffreiheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3
(c) Herkunft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3
(d) Markenprodukte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3
(e) Convenience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3

Anhang E: Fortsetzung

6. Trotz aktueller Lebensmittelskandale möchten Sie nicht auf den Konsum von Rindfleisch verzichten. Vor diesem Hintergrund sollen Sie bitte Ihre Kaufentscheidung anhand der Eigenschaften Preis, Aussehen, Verfügbarkeit und Verwendbarkeit von Rindfleisch fällen. Zur Auswahl stehen Ihnen hierzu 11 fiktive Eigenschaftskombinationen, die Sie bitte mit Ihrer persönlichen Rangliste von 1 (hohe Präferenz) bis 11 (niedrige Präferenz) versehen.

3,25 €/100g
Bild 1
temporär verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

3,25 €/100g
Bild 3
immer verfügbar
begrenzt verwendbar

Rang Nr. __

3,00 €/100g
Bild 1
immer verfügbar
begrenzt verwendbar

Rang Nr. __

3,25 €/100g
Bild 2
immer verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

3,00 €/100g
Bild 3
temporär verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

3,00 €/100g
Bild 2
immer verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,75 €/100g
Bild 2
temporär verfügbar
begrenzt verwendbar

Rang Nr. __

2,75 €/100g
Bild 1
immer verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,75 €/100g
Bild 3
immer verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,75 €/100g
Bild 1
temporär verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

2,75 €/100g
Bild 2
temporär verfügbar
vielseitig verwendbar

Rang Nr. __

Erläuterungen:

temporär verfügbar bezieht sich insbesondere auf saisonale Produkte

vielseitig verwendbar bedeutet, dass sich das Produkt z.B. sowohl zum Kurzbraten als auch für Schmorgerichte eignet

begrenzt verwendbar drückt aus, dass sich das Produkt bspw. nur zum Kurzbraten oder nur für Schmorgerichte eignet

Darstellung der **Bilder 1-3** siehe Seite 3

Bild 1:



Bild 2:



Bild 3:



Anhang F: Häufigkeitstabellen (Pretest)

Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiblich	1	5,3	5,3	5,3
	männlich	18	94,7	94,7	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	22	4	21,1	21,1	21,1
	23	5	26,3	26,3	47,4
	24	8	42,1	42,1	89,5
	25	1	5,3	5,3	94,7
	27	1	5,3	5,3	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Stellenwert des Genusses von Fleisch

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	hoher Stellenwert	9	47,4	47,4	47,4
	relativ hoher Stellenwert	9	47,4	47,4	94,7
	mittlerer Stellenwert	1	5,3	5,3	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Anzahl der wöchentlichen Einkäufe von Fleisch

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	5 Einkäufe pro Woche	1	5,3	5,3	5,3
	3 Einkäufe pro Woche	9	47,4	47,4	52,6
	2 Einkäufe pro Woche	5	26,3	26,3	78,9
	1 Einkauf pro Woche	4	21,1	21,1	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Wahl der Einkaufsstätte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Supermarkt	9	47,4	47,4	47,4
	Discounter	10	52,6	52,6	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Anhang F: Fortsetzung

Anzahl der wöchentlichen Einkäufe von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	4 Einkäufe pro Woche	1	5,3	5,3	5,3
	3 Einkäufe pro Woche	5	26,3	26,3	31,6
	2 Einkäufe pro Woche	8	42,1	42,1	73,7
	1 Einkauf pro Woche	5	26,3	26,3	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Bedeutung des Nährwerts von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich zu	5	26,3	26,3	26,3
	unentschlossen	6	31,6	31,6	57,9
	stimme ich nicht zu	4	21,1	21,1	78,9
	stimme ich gar nicht zu	4	21,1	21,1	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Bedeutung der Zusatzstofffreiheit von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	2	10,5	10,5	10,5
	stimme ich zu	3	15,8	15,8	26,3
	unentschlossen	3	15,8	15,8	42,1
	stimme ich nicht zu	6	31,6	31,6	73,7
	stimme ich gar nicht zu	5	26,3	26,3	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Bedeutung der Herkunft von Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	2	10,5	10,5	10,5
	stimme ich zu	10	52,6	52,6	63,2
	unentschlossen	2	10,5	10,5	73,7
	stimme ich nicht zu	3	15,8	15,8	89,5
	stimme ich gar nicht zu	2	10,5	10,5	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Anhang F: Fortsetzung

Bedeutung von Markenprodukten bei Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	2	10,5	10,5	10,5
	stimme ich zu	7	36,8	36,8	47,4
	unentschlossen	6	31,6	31,6	78,9
	stimme ich nicht zu	4	21,1	21,1	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Bedeutung von Convenience bei Lebensmitteln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme ich voll zu	1	5,3	5,3	5,3
	stimme ich zu	1	5,3	5,3	10,5
	unentschlossen	8	42,1	42,1	52,6
	stimme ich nicht zu	4	21,1	21,1	73,7
	stimme ich gar nicht zu	5	26,3	26,3	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Anhang G: Ergebnisse der Gemeinsamen Conjoint-Analyse (Pretest)

Nutzen

		Nutzen- schätzung	Standard- fehler
Preis	2,75€/100g	,713	,269
	3,00€/100g	,117	,269
	3,25€/100g	-,830	,269
Qualität	Bild 1	1,310	,269
	Bild 2	,538	,269
	Bild 3	-1,848	,269
Lieferleistung	immer verfügbar	,610	,202
	temp. verfügbar	-,610	,202
Flexibilität	vielseitig verwendbar	,965	,202
	begrenzt verwendbar	-,965	,202
(Konstante)		4,481	,213

Anhang G: Fortsetzung

Wichtigkeitswerte

Preis	21,912
Qualität	43,052
Lieferleistung	13,351
Flexibilität	21,685
Durchschnittlicher Wichtigkeitswert	

Korrelationen(a)

	Wert	Sig.
Pearson-r	,989	,000
Kendall-Tau	1,000	,000
Kendall-Tau für Prüfkarten	1,000	.

a Korrelationen zwischen beobachteten und geschätzten Bevorzugungen

Anhang H: Regressionsanalyse (Pretest)

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,713(a)	,508	,493	1,844

a Einflußvariablen : (Konstante), Flexibilität, Lieferleistung, Qualität Bild 2, Preis, Qualität Bild 1

ANOVA(b)

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
1	Regression	578,965	5	115,793	34,055	,000(a)
	Residuen	561,035	165	3,400		
	Gesamt	1140,000	170			

a Einflußvariablen : (Konstante), Flexibilität, Lieferleistung, Qualität Bild 2, Preis, Qualität Bild 1

b Abhängige Variable: Rang-Nr.

Anhang H: Fortsetzung

Koeffizienten(a)

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	7,421	,508		14,596	,000
	Preis	,772	,173	,244	4,470	,000
	Qualität Bild 1	-3,175	,345	-,580	-9,193	,000
	Qualität Bild 2	-2,404	,345	-,439	-6,958	,000
	Lieferleistung	-1,237	,299	-,226	-4,135	,000
	Flexibilität	-1,921	,299	-,351	-6,422	,000

a Abhängige Variable: Rang-Nr.

Anhang I: Wichtigkeiten ermittelt durch Regressionsanalyse (Pretest)

	Teilnutzenwert	Spannweite	Bedeutungsgewicht
Preis	0		
	0,772	0,772	10,87%
Qualität Bild 1	-3,175		
Qualität Bild 2	-2,404		
Qualität Bild 3	0	3,175	44,69%
Lieferleistung	0		
	-1,237	1,237	17,41%
Flexibilität	0		
	-1,921	1,921	27,04%

7,105

Allgemeines zur Kommunikation von Kompetenz

- (1) durchgeführte/geplante Marketingmaßnahmen
- (2) Klassifizierung der Marketingmaßnahmen (Kompetenzmarketing vs. Marketingkompetenz)

Förderung von Transparenz

- (3) Adressaten der Marketingmaßnahmen

Reduzierung von Nachfragerisiken

- (4) Ziele der Marketingmaßnahmen (Verbraucheraufklärung, Verbrauchererziehung, Verbraucherservice, etc.)

Aufbau von Reputation

- (5) gezielte Beeinflussung des Image durch Marketingmaßnahmen
- (6) Rolle/Bedeutung der Identität bezogen auf Marketingmaßnahmen
- (7) bereits erzielter Erfolg durch Marketingmaßnahmen

Gespräch mit Herrn Günther Frank, Frank GmbH, am 07. Juli 2008:

Zu (1) Gewerbeschau und Grüner Pfad (Gläsernen Produktion) werden alle drei Jahre veranstaltet, in 2008 bereits zum vierten Mal durchgeführt, in Printmedien und kommunalen Radiostationen beworben; zu (2) v.a. Produktionsanlagen und -prozesse (aber auch einzelne Produkte) werden auf Gewerbeschau präsentiert, mittels Grünem Pfad werden Feldfrüchte im Bestand (während der Vegetationszeit) präsentiert; zu (3) v.a. Kunden werden durch Gewerbeschau und Grünem Pfad adressiert sowie generell auch Stakeholder aus Region, z.B. kommunale Angestellte oder weiterverarbeitende Betriebe; zu (4) Neukundengewinnung (Kundenstammerweiterung) und Kundenbindung als Zielsetzung der Gewerbeschau und Grünem Pfad (i.S.v. Verbraucheraufklärung); zu (5) Gewerbeschau und Grüner Pfad führt zur deutlichen Verbesserung des Außenbilds des Unternehmens; zu (6) Mitarbeiter identifizieren sich mit Gewerbeschau bzw. Grünem Pfad, Verbesserung des Selbstbilds des Unternehmens; zu (7) unmittelbare Erfolgsmessung relativ schwierig, jedoch führt Gewerbeschau und Grüner Pfad zu einer verbesserten Publicity (Reportagen, Berichte i.S.v. indirekten Erfolgsmessungen).

Gespräch mit Frau Julia Davids, CMA, am 08. Juli 2008:

Zu (1) Absatzförderung aller in Deutschland erzeugten Lebensmittel, Bio-Marketing nur ein kleiner Teilbereich, Bio-Handelwettbewerb für Fachhandel und LEH zur Prämierung innovativer Marketing-Konzepte bei Bio-Lebensmitteln (einschl. Vorort-Beratung zur Optimierung von Sortimenten); zu (2) im Bio-Bereich werden keine einzelnen Produkte beworben, sondern die Bio-Produktion aus regionaler Erzeugung allgemein; zu (3) Endverbraucher bzw. Konsumenten von Bio-Produkten, Einzelhandel sowie Multiplikatoren (Lebensmittelfachhandel, Naturkostfachhandel und Großverbraucher wie Caterer bzw. Betriebsgastronomie); zu (4) v.a. Verbraucherinformation (-kommunikation bezüglich Herstellung und Verarbeitung von Lebensmitteln), Verbraucheraufklärung und -service (Unterstützung des Handels bei Kommunikation regional erzeugter Bioprodukte hinsichtlich Frische/Qualität und Transparenz); zu (5) Vorort-Besichtigungen zeigen, dass durch CMA geschulte Unternehmen sich gegenüber Wettbewerber profilieren können („Bio-Kompetenz“); zu (6) Mitarbeiter als unmittelbare Schulungsteilnehmer werden in ihrer Identifizierung mit den Unternehmen bestärkt; zu (7) Erfolgskontrolle bei Schulungsteilnehmern mittels Evaluierungsbögen (Ermittlung, was Schulung gebracht hat sowie was der persönliche Erfolg des Teilnehmers durch Schulung ist) oder durch Vorort-Beratung und Bewertung von Läden, jedoch keine Erfolgskontrolle beim Verbraucher selbst.

Gespräch mit Herrn Dr. Achim Schaffner, DLG, am 11. Juli 2008:

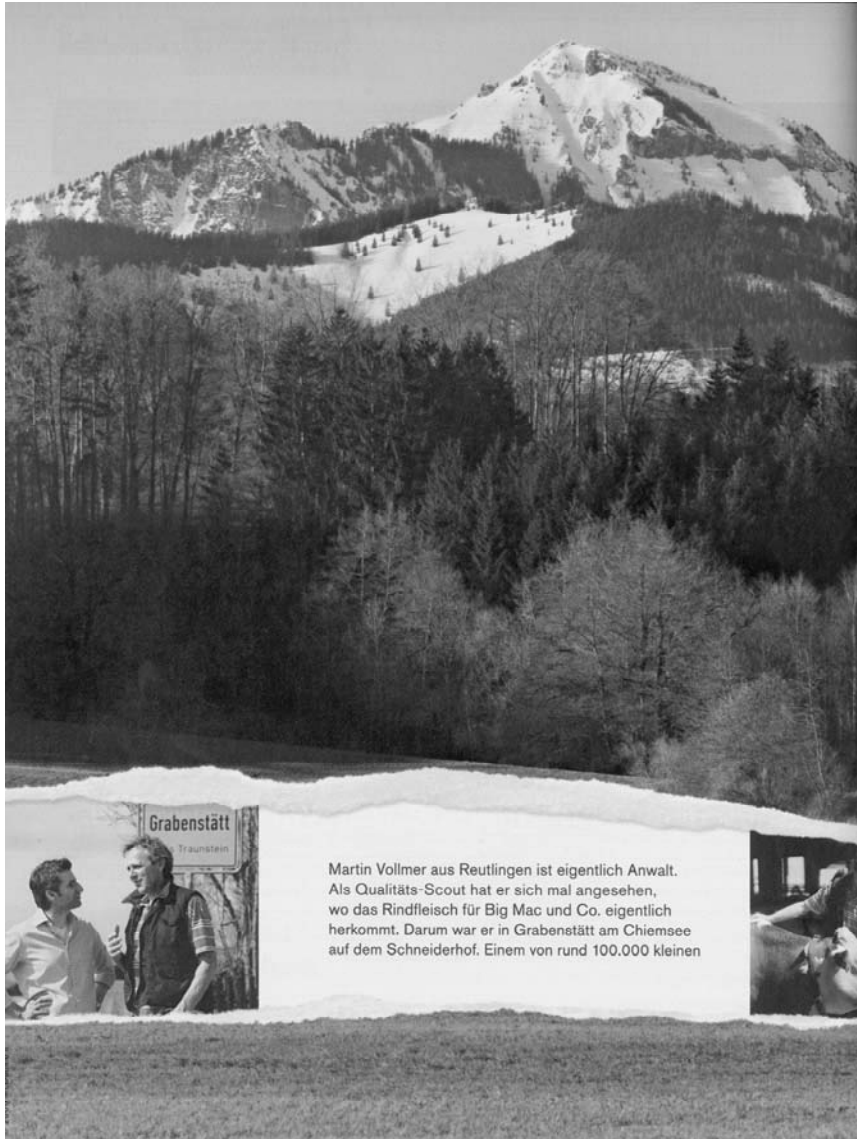
Zu (1) Abschluss eines dreijährigen, von der DBU geförderten Projekts zur „Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft“ (DLG, Universität Halle und Technische Universität München/Freising als Kooperationspartner): Entwicklung eines Nachhaltigkeitsstandards mit dem Ziel der Zertifizierung von Betrieben, d.h., Nachhaltigkeit wird via Indikatorset gemessen, das Ökonomie (Liquidität, Rentabilität, Wirtschaftlichkeit, Stabilität), Ökologie (Ressourceneinsatz, z.B. Energie-, Rohstoffeffizienz, Emissionen, Biodiversität) und Soziales (Arbeit und Beschäftigung) in der Landwirtschaft betrachtet, Indikatoren werden als Benchmarks (relativer Vergleich zwischen Betrieben) erhoben, zentrale Voraussetzung für Implementierung des Standards bzw. für Erhalt des Zertifikats ist Qualitätsmanagementsystem (QS) bzw. strikte Gewährleistung von Lebensmittelqualität/-sicherheit im jeweiligen Betrieb, Schulungen für Betriebe zum Nachhaltigkeitsstandards sind vorgesehen/geplant; zu (2) Nachhaltigkeitsstandard zur Prozessverbesserung in den Betrieben; zu (3) Zertifikat bzw. Siegel kann bei direkt vermarktenden Betrieben verkaufsfördernd eingesetzt werden, Handel bzw. Lebensmittelverarbeiter achten auf einzelne Indikatoren des Standards besonders (z.B. CO₂- oder Energiebilanz), v.a. aber Landwirte (Einzelunternehmen) als Adressaten des Nachhaltigkeitsstandards; zu (4) unmittelbare Verbrauchervernehmung des Zertifikats bei direkt vermarktenden Betrieben möglich bzw. über Kommunikation durch LEH gefördert; zu (5) einige Test-Betriebe wollen Standard zur Imageverbesserung/Öffentlichkeitsarbeit bzw. zur Vermarktung einsetzen; zu (6) Öffentlichkeitsarbeit von Test-Unternehmen deutet auf gestärktes Selbstbild (Identität) hin; (7) zertifizierte Test-Betriebe (bislang überwiegend Marktfruchterzeuger, Tierhaltung z.Z. noch nicht im Standard enthalten, jedoch angestrebt) haben bereits Rückmeldung zu einzelnen Indikatoren gegeben.

Gespräch mit Herrn Dr. GIBFRIED SCHENK, FNL, am 21. Juli 2008:

Zu (1) zentraler Fokus aller Projekte stellt Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft i.S.v. Ökologie, Ökonomie und Soziales dar: (a) „Erlebnisbauernhof“ (Initiatoren: Deutscher Bauernverband, Information-Medien-Agrar, FNL und CMA, mehr als 40 teilnehmende Unternehmen bzw. Verbände) zur internationalen Grünen Woche in Berlin (Darstellung der Lebensmittelketten vom Stall/Acker bis zur Ladentheke bzw. von Lebensmittelsicherheit und -qualität, Grüne Woche als Plattform zum Informationsaustausch zwischen Verbänden, Politikern und Verbrauchern), (b) Informationskampagne „Das ist unsere Landwirtschaft“, u.a. als erstes Highlight „Bauernfrühstück“ (insgesamt 30.000 Besucher) in fünf deutschen Großstädten; zu (2) Kampagnen/Projekte rücken Prozesse bzw. bestimmte Zweige der Landwirtschaft in den Vordergrund (tierische und pflanzliche Produktion), nicht einzelne Produkte; zu (3) hauptsächlich Verbraucher, aber auch Politiker bzw. Multiplikatoren sind Adressaten der Kampagnen; zu (4) Verbraucherinformation (-aufklärung), d.h., Verbraucher über Vorgänge in der Landwirtschaft informieren (um der Entfernung der Verbraucher von der Landwirtschaft entgegenzuwirken); zu (5) Kampagnen verbessern Image der Landwirtschaft allgemein (durch Erhöhung des Wissensstands der Verbraucher); zu (6) Kampagnen steigern das Selbstbild der beteiligten Landwirte/Unternehmen/Mitarbeiter, Projekte leben von dem aktiven Beitrag der Landwirte/Verbände/Mitarbeiter; zu (7) Erfolgskontrolle mittels Befragungen der Besucher durch FNL (bzw. durch Messe Berlin bei Grünen Woche).

Gespräch mit Herrn Dirk Bäumker, Unternehmensberater, am 22. Juli 2008:

Zu (1) Beitragsserie für und aus der Unternehmenspraxis in der Schriftenreihe für das Fleischerhandwerk des Holzmann-Verlags, Ziel der Schriftenreihe: Impulse für das Handwerk zur Stärkung des Verbrauchervertrauens (z.B. durch Einsatz digitaler Medien, um entsprechende baulichen Veränderung am Produktionsstandort zu umgehen); zu (2) Kommunikation von Prozessen/Abläufen in Fleischereien zur Stärkung der Vertrauensbildung beim Verbrauchern; zu (3) Verbraucher wird gezielt mit der Gläsernen Produktion adressiert (jedoch ist das Prinzip der Gläserne Produktion nicht neu, geht auf Ray Kroc bzw. McDonalds zurück und wurde vom Fleischerhandwerk (wieder) aufgegriffen); zu (4) Verbraucherinformation ist zentrales Ziel der Gläsernen Produktion (aber Verbraucherinformation ist Gratwanderung, d.h., zuviel und zuwenig Information kann schädlich sein; Information von Verbraucher, um der Entfremdung des Verbrauchers vom Ursprungsprodukt entgegenzuwirken, jedoch ohne Zerlegung/Schlachtung von Tieren zu zeigen), allgemein gilt Gläserne Produktion eher als Vermarktungsinstrument; zu (5) innovative Betriebe haben gutes Image und sind deshalb auch überdurchschnittlich erfolgreich, dabei stellt die Gläserne Produktion nur eine Maßnahme unter vielen dar; zu (6) gegenüber neuen innovativen Maßnahmen wie z.B. der Gläsernen Produktion sind Mitarbeiter unmittelbar skeptisch eingestellt, in Verbindung mit entsprechenden Mitarbeiterschulungen hinsichtlich gewünschter Ziele bzw. Maßnahmen führt die Gläserne Produktion bei Mitarbeitern langfristig zu einer gesteigerten Identifizierung mit dem Betrieb; zu (7) direkte Erfolgskontrollen zur Gläsernen Produktion finden allenfalls in der Industrie statt (Beispiel Fa. Wolf, industrieller Schinkenhersteller).




Grabenstätt
Traunstein

Martin Vollmer aus Reutlingen ist eigentlich Anwalt. Als Qualitäts-Scout hat er sich mal angesehen, wo das Rindfleisch für Big Mac und Co. eigentlich herkommt. Darum war er in Grabenstätt am Chiemsee auf dem Schneiderhof. Einem von rund 100.000 kleinen

Wollen auch Sie wissen, wo's herkommt? Dann melden Sie sich bis 1. Juli 2008 als Qualitäts-Scout auf www.mcdonalds.de/qualitaet an.

und mittelständischen Bauernhöfen in Deutschland, von denen McDonald's sein Rindfleisch bekommt. Martin Vollmers Fazit: „Ländliche Idylle und eine Bauernfamilie, die den Hof schon in der vierten Generation bewirtschaftet: So hätte ich mir niemals einen Betrieb vorgestellt, der McDonald's beliefert.“

WISSEN. WO'S HERKOMMT. 

Literaturverzeichnis

- Abel, B. (1979): Denken in theoretischen Modellen als Leitidee der Wirtschaftswissenschaften, in: Raffée, H./Abel, B. (Hrsg.): Wissenschaftstheoretische Grundfragen der Wirtschaftswissenschaften, München 1979, S. 138-160.
- Akerlof, G. (1970), The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, in: Quarterly Journal of Economics, 84 (1970), 4, S. 488-500.
- Ackermann, I. (2004), Supply Chain Management in der Automobilindustrie, Lohmar und Köln 2004.
- Acquaah, M. (2003), Organizational Competence and Firm-Specific Tobin's q: The Moderating Role of Corporate Reputation, in: Strategic Organization, 1 (2003), 4, S. 383-411.
- Addelman, S. (1962), Orthogonal Main-Effect Plans for Asymmetrical Factorial Experiments, in: Technometrics, 4 (1962), 1, S. 21-46.
- Adjouri, N. (2002), Die Marke als Botschafter: Markenidentität bestimmen und entwickeln, Wiesbaden 2002.
- Adler, J. (1998), Eine informationsökonomische Perspektive des Kaufverhaltens, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 27 (1998), 7, S. 341-347.
- Ahn, H.-S./Jung, H.-D./Ahn, B.-H./Rhee, S.-K. (1999), Supply Chain Competitiveness and Capabilities of Constituent Firms: An Exploratory Study of the Korean Home Appliance Industry, in: Supply Chain Management, 4 (1999), 5, S. 242-253.
- Akao, Y. (1992), QFD: Quality Function Deployment, Landsberg a.L. 1992.
- Albach, H. (1980), Vertrauen in der ökonomischen Theorie, in: Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft (Zgs), 136 (1980), 1, S. 2-11.
- Albert, H. (1976), Wissenschaftstheorie, in: Grochla, E./Wittmann, W. (Hrsg.), Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 4. Aufl., Stuttgart 1976, Sp. 4674-4692.
- Albrecht, J. (2000), Präferenzstrukturmessung: Ein empirischer Vergleich der Conjoint-Analyse mit einer kompositionellen Methode, Frankfurt a.M. 2000.
- Alderson, W. (1950), Marketing Efficiency and the Principle of Postponement, in: Cost and Profit Outlook, 3 (1950), 4, S. 15-18.
- Aldrich, H. (1979), Organizations and Environments, Englewood Cliffs und New Jersey 1979.
- Alicke, K. (2005), Planung und Betrieb von Logistiknetzwerken: Unternehmensübergreifendes Supply Chain Management, 2. Aufl., Berlin et al. 2005.

- Alstede, H. (2000), Absolute Transparenz muß sein, in: Lebensmittel Zeitung (2000), 36, S. 88.
- Alvensleben, R. von (2000), Zur Bedeutung von Emotionen bei der Bildung von Präferenzen für regionale Produkte, in: Agrarwirtschaft, 49 (2000), 12, S. 399-402.
- Amit, R./Shoemaker, P. J. H. (1993), Strategic Assets and Organizational Rents, in: Strategic Management Journal, 14 (1993), 1, S. 33-46.
- Amshoff, B. (1993), Controlling in deutschen Unternehmungen: Realtypen, Kontext und Effizienz, Wiesbaden 1993.
- Anderson, E. W./Fornell, C./Lehmann, D. R. (1994), Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden, in: Journal of Marketing, 58, (1994), 7, S. 53-56.
- Anderson, J. C./Schroeder, R. G./Cleveland, G. (1991), The Process of Manufacturing Strategy: Some Empirical Observations and Conclusions, in: International Journal of Operations & Production Management, 11 (1991), 3, S. 86-110.
- Anderson, R./Sullivan, M. (1994), The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms, in: Marketing Science, 12 (1993), 2, S. 125-143.
- Ansoff, H. I. (1965), Corporate Strategy: An Analytical Approach to Business Policy for Growth and Expansion, New York et al. 1965.
- Antlitz, A. (1999), Unternehmensgrenzen und Kooperationen: Make-cooperate-or-buy im Zusammenspiel von Kompetenz und Strategieentwicklung, Wiesbaden 1999.
- Anuga (2008), Startseite, auf den Internetseiten der Anuga <http://www.anuga.de/wDeutsch/anuga/index.htm>, Abruf am 10. Mai 2008.
- Appelqvist, P. (2003), Order Winners, Order Qualifiers and Supply Chain Strategies - A Comparison, in: Seuring, S./Müller, M./Goldbach, M./Schneidewind, U. (Hrsg.), Strategy and Organization in Supply Chains, Heidelberg 2003, S. 197-210.
- Arnaout, A./Hildebrandt, J./Werner, H. (1998), Einsatz der Conjoint-Analyse im Target Costing: Ein Fallbeispiel des Geschäftsfeldes Personenwagen der Daimler-Benz AG, in: Controlling, 10 (1998), 5, S. 306-315.
- Arnold, U. (1996), Sourcing-Konzepte, in: Kern, W./Schröder, H. H./Weber, J. (Hrsg.), Handwörterbuch der Produktionswirtschaft, 2. Aufl., Stuttgart 1996, Sp. 1861-1874.
- Arnold, U. (1997), Beschaffungsmanagement, 2. Aufl., Stuttgart 1997.
- Arnold, U. (1999), Basisstrategien des Outsourcing aus Sicht des Beschaffungsmanagement, in: Controlling, 11 (1999), 7, S. 309-316.

- Arnold, U./Eßig, M./Kummer, S./Stölzle, W./Weber, J. (2005), Supply (Chain) Controlling zwischen Rückstand und Fortschritt: Thesen zum Entwicklungsstand einer dynamischen Disziplin, in: *Controlling*, 17 (2005), 1, S. 41-48.
- Arnold, U./Scheuing, E. E. (1997), Creating a Factory within a Factory, in: Baker, R. J./Novak, P. (Hrsg.), *Purchasing Professionals, The Stars of the Horizon: A Collection of Presentations from NAPM's 82nd Annual International Purchasing Conference, Tempe/Arizona 1997*, S. 79-84.
- Arruñada, B./Vázquez, X. H. (2006), When Your Contract Manufacturer Becomes Your Competitor, in: *Harvard Business Review*, 84 (2006), 9, S. 135-144.
- Astley, W. G./Fombrun, C. J. (1983), Collective Strategy: Social Ecology of Organizational Environments, in: *Academy of Management Review*, 8 (1983), 4, S. 576-587.
- Atkinson, W. (2001), Gaining Supply Chain Visibility, in: *Supply Chain Management Review*, 5 (2001), Nov./Dez. Supplement, S. 4-6.
- Aurich, J. C./Barbian, P./Naab, C. (2004), Produktionsstrategie im Produktlebenszyklus - Prozessmodell zur Abwicklung der Produktion als Projekt, in: *Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb*, 99 (2004), 5, S. 218-223.
- AVEG (2004), CONSLEG 1991R2092 - 01/05/2004: Verordnung (EWG) Nr. 2092/1991 des Rates vom 24. Juni über den ökologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel, Brüssel 2004.
- Axelsson, B./Easton, G. (1992), Introduction, in: Axelsson, B./Easton, G. (Hrsg.), *Industrial Networks: A New View of Reality*, London und New York 1992, S. 1-27.
- Azzone, G./Rangone, A. (1996), Measuring Manufacturing Competence: A Fuzzy Approach, in: *International Journal of Production Research*, 34 (1996), 9, S. 2527-2532.
- Bacher, M. R. (2000), *Outsourcing als strategische Marketing-Entscheidung*, Wiesbaden 2000.
- Backhaus (1992), Investitionsgüter-Marketing: Theoretisches Konzept mit Allgemeinheitsanspruch?, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 44 (1992), 9, S. 771-791.
- Backhaus, K. (2003), *Industriegütermarketing*, 7. Aufl., München 2003.
- Backhaus, K./Aufderheide, D./Späth, G.-M. (1994), *Marketing für System-Technologien*, Stuttgart 1994.
- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2006), *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung*, 11. Aufl., Berlin et al. 2006.
- Backhaus, K./Voeth, M. (2007), *Industriegütermarketing*, 8. Aufl., München 2007.

- Backhaus, K./Weiss, P. A. (1989), Kompetenz - die entscheidende Dimension im Marketing, in: *Harvard Manager*, 11 (1989), 3, S. 107-114.
- Baden-Fuller, C./Ravazzolo, F./Schweizer, T. (2000), Making and Measuring Reputations, in: *Long Range Planning*, 33 (2000), 5, S. 621-650.
- Bain, J. S. (1968), *Industrial Organization*, 2. Aufl., New York et al. 1968.
- Bagozzi, R. P./Fornell, C. (1982), Theoretical Concepts, Measurements, and Meaning, in: Fornell, C. (Hrsg.), *A Second Generation of Multivariate Analysis*, 2. Aufl., New York 1982, S. 24-38.
- Bagozzi, R. P./Phillips, L. (1982), Representing and Testing Organizational Theories: A Holistic Construal, in: *Administrative Science Quarterly*, 27 (1982), 3, S. 459-489.
- Baily, P. J. H. (1963), *Purchasing and Supply Management*, Bristol 1963.
- Balmer, J. M. T./Gray, E. R. (1999), Corporate Identity and Corporate Communications: Creating a Competitive Advantage, in: *Corporate Communications: An International Journal*, 4 (1999), 4, S. 171-176.
- Barney, J. (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, in: *Journal of Management*, 17 (1991), 1, S. 99-120.
- Barney, J. B. (1995), Looking Inside for Competitive Advantage, in: *Academy of Management Executive*, 9 (1995), 4, S. 49-61.
- Barzen, D./Wahle, P. (1990), Das PIMS-Programm - was es wirklich wert ist, in: *Harvard Manager*, 12 (1990), 1, S. 100-109.
- Batt, P.J./Purchase, S. (2004), Managing Collaboration within Networks and Relationships, in: *Industrial Marketing Management*, 33 (2004), 3, S. 169-174.
- Bauer, R. A. (1967), Consumer Behavior as Risk Taking, in: Cox, D. F. (Hrsg.), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Boston 1967.
- Baumann, A. (2000), Kompetenzzellenbasierte regionale Produktionsnetze, Dissertation der Technischen Universität Chemnitz, Chemnitz 2000.
- Baumgarten, H./Darkow, I.-L. (2002), Konzepte im Supply Chain Management, in: Busch, A./Dangelmaier, W. (Hrsg.), *Integriertes Supply Chain Management - Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse*, Wiesbaden 2002, S. 88-108.
- Bech-Larsen, T./Grunert, K. G. (2001), Konsumentenentscheidung bei Vertrauenseigenschaften: Eine Untersuchung am Beispiel des Kaufes von ökologischen Lebensmitteln in Deutschland und Dänemark, in: *Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 23 (2001), 3, S. 188-197.

- Bechtel, C./Jayaram, J. (1997), Supply Chain Management: A Strategic Perspective, in: *The International Journal of Logistics Management*, 8 (1997), 1, S. 15-34.
- Becker, J. (2002), *Marketing-Konzeption: Grundlagen des strategischen Marketing-Managements*, 7. Aufl., München 2002.
- Beckmann, H. (2004), Supply Chain Management: Grundlagen, Konzept und Strategien, in: Beckmann, H. (Hrsg.), *Supply Chain Management - Strategien und Entwicklungstendenzen in Spitzenunternehmen*, Berlin et al. 2004, S. 1-98.
- Behrens, S./Houtman, J./Steinmetz, U. (2004), Stellungnahme zu dem Beitrag „Neukonzeption der Produktionstheorie“ von Harald Dyckhoff (ZfB 73, 2003, S. 705-732), in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 74 (2004), 5, S. 507-510.
- Bellmann, K. (1996), Produktionsnetzwerke - ein theoretischer Bezugsrahmen, in: Willemann, H. (Hrsg.), *Produktions- und Zuliefernetzwerke*, München 1996, S. 47-63.
- Bellmann, K. (2001a), Heterarchische Produktionsnetzwerke - ein konstruktivistischer Ansatz, in: Bellmann, K. (Hrsg.), *Kooperations- und Netzwerkmanagement*, Festgabe für Gert v. Kortzfleisch zum 80. Geburtstag, Berlin 2001, S. 31-54.
- Bellmann, K. (2001b), *Grundlagen der Produktionswirtschaft*, 2. Aufl., Edingen 2001.
- Belz, C./Kopp, K.-M. (1994), Markenführung für Investitionsgüter als Kompetenz- und Vertrauensmarketing, in: Bruhn, M. (1994), *Handbuch Markenartikel*, Band 3, 2. Aufl., Stuttgart 1994, S. 1577-1601.
- Benna, R. (1998), *Bedarfsorientiertes Filialbanking: Empirische Identifikation erforderlicher Leistungsstrukturen mit Hilfe der Conjoint-Analyse*, Frankfurt a.M. 1998.
- Berger, M./Diez, J. R. (2006), Technological Capabilities and Innovation in Southeast Asia: Results from Innovation Surveys in Singapore, Penang and Bangkok, in: *Science, Technology & Society*, 11 (2006), 1, S. 109-148.
- Bergmann, K. (2000), *Der verunsicherte Verbraucher: Neue Ansätze zur unternehmerischen Informationsstrategie in der Lebensmittelbranche*, Berlin et al. 2000.
- Berry, W. L./Hill, T./Klompaker, J. E. (1999), Aligning Marketing and Manufacturing Strategies with the Market, in: *International Journal of Production Research*, 37 (1999), 16, S. 3599-3618.
- Berthel, J. (1992), Informationsbedarf, in: Frese, E. (Hrsg.), *Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre*, Band 2, *Handwörterbuch der Organisation*, 3. Aufl., Stuttgart 1992, Sp. 874-886.
- Bettencourt, L./Brown, S. W. (1997), Contact Employees: Relationships Among Workplace Fairness, Job Satisfaction and Prosocial Service Behaviors, in: *Journal of Retailing*, 73 (1997), 1, S. 39-61.

- Bettman, J. R. (1973), Perceived Risk and Its Components: A Model an Empirical Test, in: *Journal of Marketing Research*, 10 (1973), Mai, S. 184-190.
- Bettman, J. R. (1975), Information Integration in Consumer Risk Perception: A Comparison of the Two Models of Component Conceptualization, in: *Journal of Applied Psychology*, 60 (1975), 3, S. 381-385.
- Bettman, J. R. (1979), *An Information Processing Theory of Consumer Choice*, Massachusetts et al. 1979.
- Bhutta, K. S./Huq, F. (2002), Supplier Selection Problem: A Comparison of the Total Cost of Ownership and Analytical Hierarchy Process Approaches, in: *Supply Chain Management: An International Journal*, 7 (2002), 3, S. 126-135.
- Birkigt, K./Stadler, M. M. (2002), Corporate Identity - Grundlagen, in: Birkigt, K./Stadler, M. M./Funck, H. J. (Hrsg.), *Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*, 11. Aufl., München 2002, S. 11-23.
- Bisogni, C. A./Ryan, G. J./Regenstein, J. M. (1987), What is Fish Quality? Can we Incorporate Consumer Perceptions?, in: Kramer, D. E./Liston, J. (Hrsg.), *Seafood Quality Determination: Proceedings of the International Symposium on Seafood Quality Determination*, Coordinated by the University of Alaska Sea Grant College Program, Anchorage, Alaska, U.S.A., 10-14 November 1986, Amsterdam et al. 1987, S. 547-563.
- Blecker, T. (2001), Unternehmung ohne Grenzen - ein modernes Konzept zum erfolgreichen Bestehen im dynamischen Wettbewerb, in: Gronalt, M (Hrsg.), *Logistikmanagement: Erfahrungsberichte und Konzepte zum (Re-)Design der Wertschöpfungskette*, Wiesbaden 2001, S. 109-128.
- Bleicher, K. (1996), Unterwegs zur Netzwerk-Organisation, in: Balck, H. (Hrsg.), *Networking und Projektorientierung: Gestaltung des Wandels in Unternehmen und Märkten*, Berlin et al. 1996, S. 59-71.
- Blinda, L. (2003), Relevanz der Markenherkunft für die identitätsbasierte Markenführung, Arbeitspapier Nr. 2, Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement, Universität Bremen, Bremen 2003.
- Bliss, C. (1998), Integriertes Komplexitätsmanagement, Arbeitspapier Nr. 115 der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V., Münster 1998.
- Blois, K.J. (1980), The Manufacturing/Marketing Orientation and its Information Needs, in: *European Journal of Marketing*, 14 (1980), 5/6, S. 354-364.

- Blois, K.J. (1986), Marketing Strategies and the New Manufacturing Technologies, in: International Journal of Operations & Production Management, 6 (1986), 1, S. 34-41.
- BLT (2000), Schweinezucht und Schweineproduktion, Grub 2000.
- Blum, H. S. (2006), Logistik-Controlling: Kontext, Ausgestaltung und Erfolgswirkung, Wiesbaden 2006.
- BÖLW (2004), Handlungsempfehlung zur Umsetzung von Maßnahmen der Warenrückverfolgbarkeit/Herkunftssicherung in Unternehmen der Ökologischen Lebensmittelwirtschaft, Berlin 2004.
- Bössmann, E. (1983), Unternehmungen, Märkte, Transaktionskosten: Die Koordination ökonomischer Aktivitäten, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 12 (1983), 3, S. 105-111.
- Bössmann, E. (1988), Information, in: Albers, W./Born, K. E./Dürr, E./Zottmann, A. (Hrsg.), Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaft, Band 4, Stuttgart et al. 1988, S. 184-200.
- Böttjer, T. (2004), Wettbewerbsvorteile im Verbund - Wesen und Aufbau einer netzzentrierten Organisation, in: Detecon Management Report, (2004), 2, S. 44-51.
- Bodmer, U./Horváth, L. (2002), Gläserne Produktion von Fleisch unter Berücksichtigung von Informationstechnologien, in: Zeitschrift für Agrarinformatik, 4 (2002), 10, S. 54-60.
- Bohr, K. (1993), Effizienz und Effektivität, in: Wittmann, W./Kern, W./Köhler, R./Küpper, H.-U./Wysocki, K. v. (Hrsg.), Handbuch der Betriebswirtschaft, Band 1, 5. Aufl., Stuttgart 1993, Sp. 855-869.
- Bonner, P. G./Nelson, R. (1970), Product Attributes and Perceived Quality: Foods, in: Jacoby, J./Olson, J. C. (Hrsg.), Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise, Lexington MA 1985, S.65-79.
- Bosshardt, C. (2001), Homo Confidens: Eine Untersuchung des Vertrauensphänomens aus soziologischer und ökonomischer Perspektive, Bern et al. 2001.
- Bouncken, R. B. (2000), State of the Art zur Identifikation von Kernkompetenzen, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 70 (2000), 7/8, S. 866-885.
- Bouncken, R. B. (2003), Organisationale Metakompetenz, Wiesbaden 2003.
- Bowersox, D. J./Closs, D. J./Cooper, M. B. (2002), Supply Chain Logistics Management, Bosten et al. 2002.
- Braun, D. J. (2003), Suppliers Making Profit, in: Foundry Trade Journal, 177 (2003), 3601, S. 10-12.

- Bredahl, L./Grunert, K. G./Fertin, C. (1998), Relating Consumer Perceptions of Pork Quality to Physical Product Characteristics, Working Paper No. 53, Center for Market Surveillance, Research and Strategy for the Food Sector, Aarhus 1998.
- Bretzke, W.-R. (2002), „SCM Collaboration“ und „Fourth Party Logistics Provider (4PL)“ - Bemerkungen über die Grenzen eines Paradigmas, in: Logistik-Management, 4 (2002), 1, S. 41-44.
- Brockhoff, K. (2000), Einführung, in: Brockhoff, K. (Hrsg.), Geschichte der Betriebswirtschaftslehre: Kommentierte Meilensteine und Originaltexte, Wiesbaden 2000, S. 1-7.
- Brockmeier, M. (1993), Ökonomische Analyse der Nahrungsmittelqualität, Kiel 1993.
- Brown, R. (2000), Clusters, Supply Chains and Local Emeddedness in Fyrstad, in: European Urban and Regional Studies, 7 (2000), 4, S. 291-305.
- Brown, S. (1994), TQM and Work Study: Parnters in Excellence, in: Production and Inventory Management Journal, 35 (1995), 3, S. 34-39.
- Brown, S. (1998), New Evidence on Quality in Manufacturing Plants: A Challenge to Lean Production, in: Production and Inventory Management Journal, 39 (1998), 1, S. 24-29.
- Brucks, M./Zeithaml, V. A./Naylor, G. (2000), Price and Brand Name as Indicators of Quality Dimensions for Consumer Durables, in: Journal of the Academy of Management Science, 28 (2000), 3, S. 359-374.
- Bruhn, M. (2001), Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen, München 2001.
- Bucklin, L. P. (1965), Postponement, Speculation and the Structure of Distribution Channels, in: Journal of Marketing Research, 2 (1965), 1, S. 26-31.
- Bühner, R./Tuschke, A. (1997), Outsourcing, in: Die Betriebswirtschaft, 57 (1997), 1, S. 20-30.
- Bungert, M. (2003), Termination of Price Wars: A Signaling Approach, Wiesbaden 2003.
- Bungert, U. (2002), Produktion mit transparentem Materialfluss optimiert, in: Logistik für Unternehmen, 16 (2002), 11, S. 52-53.
- Burgmaier, S./Hess, D./Katzensteiner, T. (2004), Grenze fließend, in: Wirtschaftswoche, (2004), 9, S. 93-95.
- Burmann, C./Blinda, L./Nitschke, A. (2003), Konzeptionelle Grundlagen des identitätsbasierten Markenmanagements, Arbeitspaper Nr. 1, Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement, Universität Bremen, Bremen 2003.

- Burmann, C./Meffert, H./Koers, M. (2005), Stellenwert und Gegenstand des Markenmanagement, in: Meffert, H., Burmann, C./Koers, M. (Hrsg.), Markenmanagement: Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2. Aufl., Wiesbaden 2005, S. 3-17.
- Burr, W. (1999), Koordination durch Regeln in selbstorganisierenden Unternehmensnetzwerken, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 69 (1999), 10, S. 1159-1179.
- Burt, S. L./Sparks, L. (2002), Corporate Branding, Retailing, and Retail Internationalization, in: Corporate Reputation Review, 5 (2002), 2/3, S. 194-212.
- Busch, A./Dangelmaier, W. (2002), Integriertes Supply Chain Management - ein koordinierungstheoretischer Überblick, in: Busch, A./Dangelmaier, W. (Hrsg.), Integriertes Supply Chain Management - Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse, Wiesbaden 2002, S. 1-21.
- Busche, M. (1997), Die Messe als Instrument des Kompetenztransfers, in: Strothmann, K. H. (Hrsg.), Kompetenztransfer im Investitionsgütermarketing, Wiesbaden 1997, S. 157-159.
- Buscher, U. (1999), ZP-Stichwort: Supply Chain Management, Zeitschrift für Planung, 10 (1999), 4, S. 449-456.
- Busse, F.-J. (2003), Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, 5. Aufl., München und Wien 2003.
- Buzzle, R. D./Gale, B. T. (1987), The PIMS Principles, New York und London 1987.
- BVE (2001), Die deutsche Ernährungsindustrie und ihre Verantwortung für Lebensmittelsicherheit, Bonn 2001.
- Campbell, A./Sommers Luch, K. (1997), Understanding Competencies, in: Campbell, A./Sommers Luch, K. (Hrsg.), Core Competency-Based Strategy, Cornwall 1997, S. 7-12.
- Cardozo, R.N. (1965), An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction, in: Journal of Marketing Research, 2 (1965), 3, S. 244-249.
- Carmone, F. J./Green, P. E. (1981), Model Misspecifications in Multiattribute Parameter Estimation, in: Journal of Marketing Research, 18 (1981), 2, S. 87-93.
- Chandler, A. (1962), Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise, Cambridge MA 1962.
- Chandler, A. (1997), Strategy and Structure, in: Foss, N. (Hrsg.), Resources, Firms, and Strategies: A Reader in the Resources-based Perspective, Oxford 1997, S. 40-51.

- Chen, I.J./Paulraj, A. (2004), Understanding Supply Chain Management: Critical Research and a Theoretical Framework, in: *International Journal of Production Research*, 42 (2004), 1, S. 131-163.
- Cheu, C./Laughlin, J. L. (1996), Integrating Marketing and Manufacturing Functions Through Focused Manufacturing Design, in: *Integrated Manufacturing Systems*, 7 (1996), 6, S. 16-23.
- Child, J. (1972), Organizational Structure, Environment and Performance - The Role of Strategic Choice, in: *Sociology*, 6 (1972), 1, S. 1-22.
- Childerhouse, P./Towill, D. (2000), Engineering Supply Chains to Match Customer Requirements, in: *Logistics Information Management*, 13 (2000), 6, S. 337-345.
- Childerhouse, P./Aitken, J./Towill, D. R. (2002), Analysis and Design of Focused Demand Chains, in: *Journal of Operations Management*, 20 (2002), 6, S. 675-689.
- Chmielewicz, K. (1994), *Forschungskonzeptionen der Wirtschaftswissenschaft*, 3. Aufl., Stuttgart 1994.
- Choe, K./Booth, D./Hu, M. (1997), Production Competence and Its Impact on Business Performance, in: *Journal of Manufacturing Systems*, 16 (1997), 6, S. 409-421.
- Choi, T. Y./Hartley, J. L. (1996), An Exploration of Supplier Selection Practices Across the Supply Chain, in: *Journal of Operations Management*, 14 (1996), 4, S. 333-343.
- Christopher, M. (2000), The Agile Supply Chain: Competing in Volatile Markets, in: *Industrial Marketing Management*, 29 (2000), 1, S. 37-44.
- Christopher, M. (2005), *Logistics and Supply Chain Management - Strategies for Reducing Cost and Improving Service*, 3. Aufl., London et al. 2005.
- Christy, D. P./Grout, J. R. (1994), Safeguarding Supply Chain Relationships, in: *International Journal of Production Economics*, 36 (1994), 3, S. 233-242.
- Churchill, G. A. (1979), A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs, in: *Journal of Marketing Research*, 16 (1979), 1, S. 64-73.
- Churchill, G.A./Surprenant, C. (1982), An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction, in: *Journal of Marketing Research*, 19 (1982), 11, S. 491-504.
- Cigolini, R./Cozzi/M./Perona, M. (2004), A New Framework for Supply Chain Management: Conceptual Model and Empirical Test, in: *International Journal of Operations & Production Management*, 24 (2004), 1, S. 7-41.
- Ciupek, M. (2006), Ontarios Antwort auf den globalen Wettbewerb, in: *VDI Nachrichten*, (2006), 22, 02. Juni , S. 9.

- Cleveland, G./Schroeder, R. G./Anderson, J. C. (1989), A Theory of Production Competence, in: *Decision Sciences*, 20 (1989), 3, S. 655-668.
- CMA (2008a), Das Leitbild der CMA, auf den Internetseiten der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH http://www.cma-marketing.de/static/media/CMA_Leitbild_CMA_NEU.pdf, Abruf am 06. Mai 2008.
- CMA (2008b), Über die CMA, auf den Internetseiten der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH http://www.cma-marketing.de/content/ueber_die_cma/ueber-die-cma.php, Abruf am 07. Mai 2008.
- Coase, R. H. (1937), The Nature of the Firm, in: *Economica*, 4 (1937), 16, S. 386-405.
- Coase, R. H. (1972), Industrial Organization: A Proposal for Research, in: Fuchs, V. R. (Hrsg.), *Policy Issues and Research Opportunities in Industrial Organization*, New York 1972, S. 59-73.
- Cohen, W. M./Levinthal, D. A. (1989), Innovation and Learning: The Two Faces of R&D, in: *The Economic Journal*, 99 (1989), 397, S. 569-596.
- Cohen, W. M./Levinthal, D. A. (1990), Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation, in: *Administrative Science Quarterly*, 35 (1990), 1, S. 128-152.
- Coleman, J., Lyons, A., Kehoe, D. (2004), The Glass Pipeline: Increasing Supply Chain Synchronisation Through Information Transparency, in: *International Journal for Technology Management*, 28 (2004), 2, S. 172-190.
- Commons, J. R. (1931), Institutional Economics, in: *American Economic Review*, 21 (1931), 4, S. 648-657.
- Conin, R. (2002), Zurück zur Tagesordnung, in: *GV-Praxis*, (2002), 3, S. 92.
- Cooper, M. C./Lambert, D. M./Pagh, J. D. (1997), Supply Chain Management: More than a New Name for Logistics, in: *The International Journal of Logistics Management*, 8 (1997), 1, S. 1-14.
- Copeland, T./Koller, T./Murrin, J. (2002), *Unternehmenswert: Methoden und Strategien für eine wertorientierte Unternehmensführung*, 3. Aufl., Frankfurt a.M. 1998.
- Corbett, C./Van Wassenhove, L. (1993), Trade-Offs? What Trade-Offs? Competence and Competitiveness in Manufacturing Strategy, in: *California Management Review*, 35 (1993), 4, S. 107-122.
- Corsten, D. (2003), Zur empirischen Methode in der Logistikforschung - Bestandsaufnahme und Leitfaden zur Konzeptualisierung und Operationalisierung von Logistikstrukturen, in: *Logistik Management*, 5 (2003), 3, S. 49-60.

- Corsten, H./Gössinger, R. (2001), Einführung in das Supply Chain Management, München 2001.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2004), Überlegungen zur Produktionstheorie - Zugleich Stellungnahme und Ergänzung zu dem Beitrag „Neukonzeption der Produktionstheorie“ von Harald Dyckhoff in der ZfB, 73. Jg. (2003), S. 705-732, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 74 (2004), 5, S. 511-522.
- Corsten, H./Will, T. (1995), Wettbewerbsvorteile durch strategiegerechte Produktionsorganisation: Von der Alternativ- zur Simultaneitätshypothese, in: Corsten, H./Will, T. (Hrsg.), Produktion als Wettbewerbsfaktor: Beiträge zur Wettbewerbs- und Produktionsstrategie, Wiesbaden 1995, S. 1-13.
- Cousins, P. D. (2005), The Alignment of Appropriate Firm and Supply Strategies for Competitive Advantage, in: International Journal of Operations & Production Management, 25 (2005), 5, S. 403-428.
- Cox, D. F. (1967), Risk Handling in Consumer Behavior - An Intensive Study of Two Case, in: Cox, D. F. (Hrsg.), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston 1967, S. 34-81.
- Crosby, L. A./Evans, K. R./Cowles, D. (1990), Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective, in: Journal of Marketing, 54 (1990), 3, S. 68-81.
- Croom, S./Romano, P./Giannakis, M. (2000), Supply Chain Management: An Analytical Framework for Critical Literature Review, in: European Journal of Purchasing & Supply Management, 6 (2000), 1, S. 67-83.
- Cunningham, S. M. (1967), The Major Dimensions of Perceived Risk, in: Cox, D. F. (Hrsg.), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston 1967, S. 82-84.
- Curry, D. J./Riesz, P. C. (1988), Prices and Price/Quality Relationships: A Longitudinal Analysis, in: Journal of Marketing, 52 (1988), 1, S. 36-51.
- Czinkowsky, T./Poussa, J./Segelken, U. (2002), Prozessorientierte Kostenrechnung in der Logistik, in: Kostenrechnungspraxis, 46 (2002), 2, S. 75-86.
- Dangayach, G. S./Deshmukh, S. G. (2001a), Practice of Manufacturing Strategy: Evidence from Select Indian Automobile Companies, in: International Journal of Production Research, 39 (2001), 11, S. 2353-2393.
- Dangayach, G. S./Deshmukh, S. G. (2001b), Implementation of Manufacturing Strategy: A Select Study of Indian Process Companies, in: Production Planning & Control, 12 (2001), 1, S. 89-105.

- Dangayach, G. S./Deshmukh, S. G. (2001c), Manufacturing Strategy: Experiences from Indian Manufacturing Companies, in: *Production Planning & Control*, 12 (2001), 8, S. 775-786.
- Dangayach, G. S./Deshmukh, S. G. (2001d), Manufacturing Strategy: Literature Review and some Issues, in: *International Journal of Operations & Production Management*, 27 (2001), 7, S. 884-932.
- Danneels, E. (2002), The Dynamics of Product Innovation and Firm Competences, in: *Strategic Management Journal*, 23 (2002), 12, S. 1095-1121.
- Darby, M. R./Karny, E. (1973), Free Competition and the Optimal Amount of Fraud, in: *Journal of Law and Economics*, 16 (1973), 4, S. 67-88.
- Darkow, I.-L./Richter, M. (2004), Supply Chain Controlling, in: Baumgarten, H./Darkow, I.-L./Zadek, H. (Hrsg.), *Supply Chain Steuerung und Services: Logistik-Dienstleister managen globale Netzwerke - Best Practices*, Berlin et al. 2004, S. 113-122.
- Davies, G./Chun, R./da Silva, R. V./Roper, S. (2003), *Corporate Reputation and Competitiveness*, London und New York 2003.
- Day, G. S./Wensley, R. (1988), Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority, in: *Journal of Marketing*, 52 (1988), 2, S. 1-20.
- De Carolis, D. M. (2003), Competencies and Imitability in the Pharmaceutical Industry: An Analysis of Their Relationships with Firm Performance, in: *Journal of Management*, 29 (2003), 1, S. 27-50.
- Delfmann, W. (1989), Das Netzwerkprinzip als Grundlage integrierter Unternehmensführung, in: Delfmann, W. (Hrsg.), *Der Integrationsgedanke in der Betriebswirtschaftslehre*, Wiesbaden 1989, S. 87-114.
- Delgado-Ballester, E./Munuera-Alemán, J. L./Yagüe-Guillén, M. J. (2003), Development and Validation of a Brand Trust Scale, in: *International Journal of Market Research*, 45 (2003), 1, S. 35-53.
- De Meyer, A./Nakane, J./Miller, J. G./Ferdows, K. (1989), Flexibility: The Next Competitive Battle - The Manufacturing Future Survey, in: *Strategic Management Journal*, 10 (1989), 1, S. 135-144.
- De Meyer, A. (1992), An Empirical Investigation of Manufacturing Strategies in European Industry, in: Voss, C. A. (Hrsg.), *Manufacturing Strategy: Process and Content*, London et al. 1992, S. 221-238.
- De Meyer, A., Van Dierdonck, R. and Vereecke, A. (1996), *Global Plant Networks in European Multinationals*, INSEAD R&D Working Papers, Fontainebleau 1996.

- Deuschle, J./Getto, J. (2002), Transparenz in der Lieferkette erhöhen: Unilever Bestfoods und Bauer&Sohn sorgen mit SAP SI für eine durchsichtige Logistik - Prozessorientierte Lösung im Einsatz, in: Lebensmittel Zeitung, (2002), 5, S. 51-53.
- DFV (2008), DFV-Geschäftsbericht 2007, Frankfurt a.M. 2008.
- Dichtl, E. (1993), Produktionstiefe, in: Wittmann, W./Kern, W./Köhler, J./Küpper, H.-U./Wyssocki, K. von (Hrsg.), Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, Band 2, 5. Aufl. Stuttgart 1993, Sp. 3519-3530.
- Dickson, G. W. (1966), An Analysis of Vendor Selection Systems and Decisions, in: Journal of Purchasing, 2 (1966), 1, S. 5-17.
- Djabarian, E. (2002), Die strategische Gestaltung der Fertigungstiefe: Ein systemorientierter Ansatz am Beispiel der Automobilindustrie, Wiesbaden 2002.
- Dodds, W. B./Monroe, K. B. (1985), The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations, in: Advances in Consumer Research, 12 (1985), 1, S. 85-90.
- Dodgson, M. (1993), Organizational Learning: A Review of Some Literatures, in: Organizational Studies, 14 (1993), 3, S. 375-394.
- Dörner, D./Berg, D. (1996), Psychologie: Eine Einführung in ihre Grundlagen und Anwendungsfelder, Stuttgart 1996.
- Drengner, J. (2006), Imagewirkungen von Eventmarketing: Entwicklung eines ganzheitlichen Messansatzes, 2. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Dröge, C./Vickery, S. (1994), Source and Outcomes of Competitive Advantage: An Exploratory Study in the Furniture Industry, in: Decision Sciences, 25 (1994), 5/6, S. 669-689.
- Drucker, P. (1946), The Concept of the Corporation, New York 1946.
- Drumm, H. J. (1996), Das Paradigma der Neuen Dezentralisation, in: Die Betriebswirtschaft, 56 (1996), 1, S. 7-20.
- DuBois, F. L./Oliff, M. D. (1992), International Manufacturing Configuration and Competitive Priorities, in: Voss, C. A. (1992), Manufacturing Strategy: Process and Content, London et al. 1992, S. 239-257.
- DuBois, F.L./Toyne, B./Oliff, M. D. (1993), International Manufacturing Strategies of US Multinationals: A Conceptual Framework based on a Four-Industry Study, in: Journal of International Business Studies, 24 (1993), 2, S. 307-333.
- Dürr, H. (2001), BVE mahnt Reform an, in: Lebensmittelzeitung, (2001), 6, 09.02.2001, S. 14.

- Dürschmid, K./Zenz, H. (2000), Modellansätze zur Lebensmittelqualität, in: Ernährung, 24 (2000), 3, S. 119-123.
- Duschek, S. (1998), Kooperative Kernkompetenzen - Zum Management einzigartiger Netzwerkressourcen, in: Zeitschrift für Führung und Organisation, 67 (1998), 4, S. 230-235.
- Duschek, S. (2002), Innovation in Netzwerken: Renten - Relationen - Regeln, Wiesbaden 2002.
- Duschek, S./Sydow, J (2002), Ressourcenorientierte Ansätze des strategischen Managements, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 31 (2002), 8, S. 426-431.
- Dutrénit, G. (2004), Building Technological Capabilities in Latecomer Firms: A Review Essay, in: Science, Technology & Society, 9 (2004), 2, S. 209-241.
- Dyckhoff, H. (2003), Neukonzeption der Produktionstheorie, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 73 (2003), 7, S. 705-732.
- Dyckhoff, H. (2004), Grenzziehung oder Schwerpunktsetzung bei den Teiltheorien der Unternehmung? - Replik zu den Stellungnahmen zur „Neukonzeption der Produktionstheorie“ in der ZfB, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 74 (2004), 5, S. 523-532.
- Dyer, J. H. (1996), Specialized Supplier Networks as a Source of Competitive Advantage: Evidence from the Auto Industry, in: Strategic Management Journal, 17 (1996), 4, S. 271-291.
- Dyer, J. H. (1997), Effective Interfirm Collaboration: How Firms Minimize Transaction Costs and Maximize Transaction Value, in: Strategic Management Journal, 18 (1997), 7, S. 553-556.
- Dyer, J. H./Nobeoka, K. (2000), Creating and Managing a High-Performance Knowledge-Sharing-Network: The Toyota Case, in: Strategic Management Journal, 21 (2000), March, Special Issue, S. 345-367.
- Dyer, J. H./Singh, H. (1998), The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage, in: Academy of Management Review, 23 (1998), 4, S. 660-679.
- Eberl, M. (2006), Unternehmensreputation und Kaufverhalten, Wiesbaden 2006.
- EFSA (2007), Home, auf den Internetseiten der EFSA <http://www.efsa.europa.eu/en.html>, Abruf am 05. Juni 2007.
- Eisenhardt, K. M./Shoonhoven, C. B. (1996), Resource-Based View of Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms, in: Organization Science, 11 (1996), 4, S. 453-482.

- Eisenhardt, K. M./Martin, J. A. (2000), Dynamic Capabilities: What are They?, in: Strategic Management Journal, 21 (2000), 10/11, S. 105-1121.
- Engelage, A. (2002), Qualitätswahrnehmung bei Lebensmitteln: Das Verbraucherbild in Rechtsprechung und Wissenschaft, Dissertation der Freien Universität Berlin, Berlin 2002.
- Engelbrecht, C. (2004), Logistikoptimierung durch Outsourcing: Erfolgswirkungen und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden 2004.
- Ellram, L. M. (1991), Supply Chain Management: The Industrial Organisation Perspective, in: International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 21 (1991), 1, S. 13-22.
- Ellram, L. M./Liu, B. (2002), The Financial Impact of Supply Management, in: Supply Chain Management Review, 6 (2002), 6, S. 30-37.
- Engelke, M./Rausch, A. (2002), Supply Chain Management mit Hilfe von Key Performance Indikatoren, in: Stölzle, W./Gareis, K. (Hrsg.), Integrative Management- und Logistikkonzepte, Wiesbaden 2002, S. 183-204.
- Erickson, G. M./Johansson, J. K. (1985), The Role of Price in Multi-Attribute Product Evaluations, in: Journal of Consumer Research, 12 (1985), 2, S. 195-199.
- Eßig, M. (1999), Cooperative Sourcing: Erklärung und Gestaltung horizontaler Beschaffungsk Kooperationen in der Industrie, Frankfurt a.M. 1999.
- Eßig, M. (2004), Preispolitik in Netzwerken: Ein institutionenökonomisch und spieltheoretisch fundierter Integrationsansatz für das Supply Chain Management, Wiesbaden 2004.
- Eßig, M. (2005), Integriertes Beschaffungsmanagement: Der Ansatz des „House of Sourcing and Supply Management“, in: Eßig, M. (Hrsg.), Perspektiven des Supply Management: Konzept und Anwendungen, Berlin et al. 2005, S. 3-26.
- Eßig, M./Amann, M. (2007a), Produktionskompetenz als Instrument zur Reduzierung von Nachfragerisiken in der Supply Chain, in: Vahrenkamp, R./Siepermann, C. (Hrsg.), Risikomanagement in Supply Chains: Gefahren abwehren, Chancen nutzen, Erfolg generieren, Berlin 2007, S. 203-217.
- Eßig, M./Amann, M. (2007b), Notwendigkeit und Systematisierung von Transparenz in Supply Chains, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 36 (2007), 12, S. 555-561.
- Fahy, J./Hooley, G./Greenley, G./Cadogan, J. (2006), What is a Marketing Resource? A Response to Gibbert, Golfetto and Zerbini, in: Journal of Business Research, 59 (2006), 1, S. 152-154.

- Fander, R./Grammer, A. (2002), Transparenz in der Stahl-Logistikkette durch SCM, in: Logistik für Unternehmen, 16 (2002), 8, S. 6-9.
- Færgemand, J./Jespersen, D. (2004), ISO 22000 to Ensure Integrity of Food Supply Chain, in: ISO Management Systems, (2004), Sep./Okt., S. 21-24.
- Farris II, M. T./Hutchison, P. D. (2002), Cash-to-Cash: The New Supply Chain Management Metric, in: International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 32 (2002), 4, S. 288-298.
- Fearne, A./Fowler, N. (2006), Efficiency Versus Effectiveness in Construction Supply Chains: The Danger of "Lean" Thinking in Isolation, in: Supply Chain Management: An International Journal, 11 (2006), 4, S. 283-287.
- Fearns, H. (2004), Entstehung von Kernkompetenzen: Eine evolutionstheoretische Betrachtung, Wiesbaden 2004.
- Fehl, U./Schreiter, C. (1993), Neue Entwicklungen in der Preistheorie, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 22 (1993), 6, S. 276-285.
- Ferdows, K./De Meyer, A. (1990), Lasting Improvements in Manufacturing Performance: In Search of a New Theory, in: Journal of Operations Management, 9 (1990), 2, S. 168-184.
- Fichtner, T. (2006), Konzeption eines leistungsorientierten Reputationsverständnisses, Berlin 2006.
- Fine, C. H./Hax, A. C. (1985), Manufacturing Strategy: A Methodology and an Illustration, in: Interfaces 15 (1985), 6, S. 28-46.
- Fink, D./Köhler, T./Scholtissek, S. (2004), Die dritte Revolution der Wertschöpfung, München 2004.
- Fischer, M. (1993), Make-or-Buy-Entscheidungen im Marketing: Neue Institutionenlehre und Distributionspolitik, Wiesbaden 1993.
- Fisher, M. L. (1997), What is the Right Supply Chain for Your Product? A Simple Framework Can Help You Figure Out the Answer, in: Harvard Business Review, 75 (1997), 2, S. 105-116.
- Fleck, A. (1995), Hybride Wettbewerbsstrategien: Zur Synthese von Kosten- und Differenzierungsvorteilen, Wiesbaden 1995.
- Fleisch, E. (2001), Das Netzwerkunternehmen: Strategien und Prozesse zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit in der „Networked Economy“, Berlin et al. 2001.

- Fleisch, E./Geginat, J./Loeser, B. O. (2004), *Verlagern oder nicht? Die Zukunft der produzierenden Industrie in der Schweiz*, Studie von Roland Berger Strategy Consultants, München 2004.
- FMI (1995), *Trends in Europe*, Washington D.C. 1995.
- Ford, H./Crowther, S. (1922), *My Life and Work*, New York 1922.
- Fornell, C. (1992), A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, in: *Journal of Marketing*, 56 (1992), 1, S. 6-21.
- Fombrun, C. J. (2001), *Corporate Reputation - Its Measurement and Management*, in: *Thesis*, 18 (2001), 4, S. 23-26.
- Fombrun, C./Shanley, M. (1990), What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy, in: *Academy of Management Journal* 33 (1990), 2, S. 233-258.
- Forrester, J. W. (1958), *Industrial Dynamics - A Major Breakthrough for Decision Makers*, in: *Harvard Business Review*, 36 (1958), 4, S. 37-66.
- Freeman, R. E. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston 1984.
- Freiling, J. (2001), *Resource-based view und ökonomische Theorie: Grundlagen des Ressourcenansatzes*, Wiesbaden 2001.
- Freiling, J. (2002), Terminologische Grundlagen des Resource-based View, in: Bellmann, K./Freiling, J./Hamann, P./Mildenberger, U. (Hrsg.), *Aktionsfelder des Kompetenz-Managements*, Wiesbaden 2002, S. 3-28.
- Freiling, J. (2004), Competence-based View der Unternehmung, in: *Die Unternehmung*, 58 (2004), 1, S. 5-25.
- Freise, P./Schnieder, R. (1991), Stellung der Nahrungsmittelindustrie in der Volkswirtschaft, in: Fischer, W. C. (Hrsg.), *Aspekte der Entwicklung im Einzelhandel und in der Nahrungsmittelindustrie, Beiträge zur Arbeits- und Konsumforschung*, Bremen 1991, S. 3-17.
- Friedrich, S. A. (2000), Das Neue Strategische Outsourcing: A Resource-based View, in: Hinterhuber, H.H./Al-Ani, A./Handlbauer, G. (Hrsg.), *Das neue Strategische Management - Elemente und Perspektiven einer zeitgemäßen Unternehmensführung*, 2. Aufl., Wiesbaden 2000, S. 296-321.
- Friedrichs, J. (1990), *Methoden empirischer Sozialforschung*, 14. Aufl., Opladen 1990.
- Fritz, W./Oelsnitz, D. von der (2001), *Marketing: Elemente marktorientierter Unternehmensführung*, 3. Aufl., Stuttgart et al. 2001.
- Frost, R. (2005), ISO 22000 Standard for Safe Food Supply Chains, in: *ISO Management Systems*, (2005), Jul./Aug., S. 28.

- Frunzke, H. (2004), Von der Kompetenz im strategischen Management zur Netzkompetenz, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), Netzkompetenz in Supply Chains: Grundlagen und Umsetzung, Wiesbaden 2004, S. 13-41.
- Furubotn, E. G. (1990), Different Approaches to the Economic Analysis of Institutions, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics (Zgs), 146 (1990), S. 226-232.
- Garvin, D. A. (1983), Quality on the Line, in: Harvard Business Review, 61 (1983), 5, S. 65-75.
- Garvin, D. A. (1987), Competing on the Eight Dimensions of Quality, in: Harvard Business Review, 65 (1987), 6, S. 101-109.
- Garvin, D. A. (1993), Manufacturing Strategic Planning, in: California Management Review, 35 (1993), 4, S. 85-106.
- Gehle, M. (2006), Internationales Wissensmanagement: Zur Steigerung der Flexibilität und Schlagkraft wissensintensiver Unternehmen, Wiesbaden 2006.
- Geimer, H. (2005), Komplexitätsmanagement globaler Supply Chains, in: HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, 42 (2005), 243, S. 38-46.
- Gellynck, X./Verbeke, W. (2001), Consumer Perception of Traceability in the Meat Chain, in: Agrarwirtschaft, 50 (2001), 6, S. 368-374.
- Gemünden, H. G. (1985), Wahrgenommenes Risiko und Informationsnachfrage - Eine systematische Bestandsaufnahme der empirischen Befunden, in: Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis, 7 (1985), 1, S. 27-38.
- Ghodsypour, S. H./O'Brien, C. (2001), The Total Cost of Logistics in Supplier Selection, Under Conditions of Multiple Sourcing, Multiple Criteria and Capacity Constraint, in: International Journal of Production Economics, 73 (2001), 1, S. 15-27.
- Giannakis, M./Croom, S. R. (2004), Towards the Development of a Supply Chain Management Paradigm: A Conceptual Framework, in: The Journal of Supply Chain Management, 40 (2004), 2, S. 27-37.
- Giannakis, M./Croom, S./Slack, N. (2004), Supply Chain Paradigms, in: New, S./Westbrook, R. (Hrsg.), Understanding Supply Chains, New York 2004, S. 1-21.
- Gibbert, M./Golfetto, F./Zerbini, F. (2006), What do we mean by "Marketing" Resources and Competencies? A Comment on Hooley, Greenley, Cadogan, and Fahey (JBR 2005), in: Journal of Business Research, 59 (2006), 1, S. 148-151.
- Giddens, A. (1999), Konsequenzen der Moderne, 3. Aufl., Frankfurt a.M. 1999.
- Gilbert, D. U. (2003), Vertrauen in strategischen Unternehmensnetzwerken: Ein strukturationstheoretischer Ansatz, Wiesbaden 2003.

- Gilbert, X./Strebel, P. (1987), Strategies to Outpace the Competition, in: The Journal of Business Strategy, 8 (1987), 1, S. 28-36.
- Gilgeous, V. (2001), The Strategic Role of Manufacturing, in: International Journal of Production Research, 39 (2001), 6, S. 1257-1287.
- Goerke, M. (2005), Vorteile mit Controlling - Bei den Logistikkosten fehlt vielfach der genaue Durchblick, in: Lebensmittelzeitung, (2005), 40, S. 75-77.
- Göggelmann, U. (2004), Schwieriger Job, in: Capital, 43 (2004), 2, S. 74-76.
- Göpfert, I. (2000), Logistik Führungskonzeption: Gegenstand, Aufgaben und Instrumente des Logistikmanagements und -controllings, München 2000.
- Göpfert, I. (2002), Einführung, Abgrenzung und Weiterentwicklung des Supply Chain Managements, in: Busch, A./Dangelmaier, W. (Hrsg.), Integriertes Supply Chain Management - Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse, Wiesbaden 2002, S. 25-44.
- Götsch, K. (1994), Riskantes Vertrauen: Theoretische und empirische Untersuchung zum Konstrukt Glaubwürdigkeit, Münster und Hamburg 1994.
- Goetze, U. (2003), Konzeptionen und Instrumente des Logistik-Controlling, Teil 2, in: Der Betriebswirt, 44 (2003), 3, S. 8-12.
- Golfetto, F./Gibbert, M. (2006), Marketing Competencies and the Sources of Customer Value in Business Markets, in: Industrial Marketing Management, 35 (2006), 8, S. 904-912.
- Gomm, M./Trumpfheller, M. (2004), Netzwerke in der Logistik, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), Netzkompetenz in Supply Chains: Grundlagen und Umsetzung, Wiesbaden 2004, S. 43-65.
- Gorbach, G. (2002), Data Transparency is Not Enough, in: Manufacturing Systems, 20 (2002), 5, S. 24.
- Gottfredson, M./Puryear, R./Phillips, S. (2005), Strategic Sourcing From Periphery to Core, in: Harvard Business Review, 83 (2005), 2, pp. 132-139.
- Gottfredson, M./Puryear R./Phillips, S. (2005), Die richtigen Fähigkeiten beschaffen, in: Harvard Business Manager, 27 (2005), 6, S. 59-69.
- Gounaris, S. (2005), An Alternative Measure for Assessing Perceived Quality of Software House Service, in: The Service Industries Journal, 25 (2005), 6, S. 803-823.
- Govindarajulu, N. (2006), Application of Demand Chain Initiatives to Small Businesses: Key Findings from the Indian Context, in: The Journal of Entrepreneurship, 15 (2006), 1, S. 19-35.

- Graf, H./Ivisic, R. (2005), Japanische Schule, in: *Automobil Produktion*, (2005), 11, S. 72-74.
- Grant, R. (1991), The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation, in: *California Management Review*, 33 (1991), 3, S. 114-135.
- Grant, R. M. (1999), *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications*, 3. Aufl., Malden und Oxford 1999.
- Green, P. E./Srinivasan (1978), Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook, in: *Journal of Consumer Research*, 5 (1978), 2, S. 103-123.
- Green, P. E./Srinivasan (1990), Conjoint Analysis in Marketing: New Developments with Implications for Research and Practice, in: *Journal of Marketing*, 54 (1990), 4, S. 3-19.
- Green, P. E./Wind, Y. (1975), New Way to Measure Consumers' Judgements, in: *Harvard Business Review*, 53 (1975), 2, S. 107-117.
- Grenzdörffer, G./Korduan, P. (2001), Informationsmanagement und Konzepte des Precision Farming als Beitrag zur "Gläsernen Produktion" im Pflanzenbau, in: *Rostocker Agrar- und Umweltwissenschaftliche Beiträge*, Band 9, S. 243-252.
- Griffin, A./Hauser, J. R. (1993), The Voice of the Customer, in: *Marketing Science*, 12, (1993), 1, S. 1-27.
- Grochla, E. (1976): Praxeologische Organisationstheorie durch sachliche und methodische Integration, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 28 (1976), 11/12, S. 617-637.
- Grochla, E. (1978), *Grundlagen der Materialwirtschaft*, Wiesbaden 1978.
- Grünauer, K. M. (2001), *Supply Chain Management: Architektur, Werkzeuge und Methoden*, Bamberg 2001.
- Grunert, K. G. (1996), What's in a Steak? A Cross-Cultural Study on the Quality Perception of Beef, Working Paper No. 39, Center for Market Surveillance, Research and Strategy for the Food Sector, Aarhus 1996.
- Grunert, K. G. (2005), Food Quality and Safety: Consumer Perception and Demand, in: *European Review of Agricultural Economics*, 32 (2005), 3, S. 369-391.
- Grunert, K. G./Bredahl, L./Brunsø, K. (2004), Consumer Perception of Meat Quality and Implications for Product Development in the Meat Sector - A Review, *Meat Science*, 66 (2004), 2, S. 259-272.

- Gulrajani, M. (2006), Technological Capabilities in Industrial Clusters: A Case Study of Textile Cluster in Northern India, in: Science, Technology & Society, 11 (2006), 1, S. 149-190.
- Gurrath, P. (2008), Vom Erzeuger zum Verbraucher: Fleischversorgung in Deutschland, Ausgabe 2008, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2008.
- Gutenberg, E. (1983), Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: Erster Band: Die Produktion, 24. Aufl., Berlin et al. 1983.
- Gutenberg, E. (1984), Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: Zweiter Band: Der Absatz, 17. Aufl., Berlin et al. 1984.
- Hahn, D. (1999), Strategische Unternehmensführung: Grundkonzept, in: Hahn, D./Taylor, B. (Hrsg.), Strategische Unternehmensplanung - Strategische Unternehmensführung, Heidelberg 1999, S. 28-50.
- Hahn, D. (2000), Problemfelder des Supply Chain Management, in: Wildemann, H. (Hrsg.), Supply Chain Management, München 2000, S. 9-19.
- Hair, J./Anderson, R. E./Tatham, R. L./Black, W. (1995), Multivariate Data Analysis with Readings, 4. Aufl., New Jersey 1995.
- Håkansson, H. (1987), Product Development in Networks, New York 1987.
- Halldorsson, A./Kotzab, H./Mikkola, J. H./Skjøtt-Larsen, T. (2007), Complementary Theories to Supply Chain Management, in: Supply Chain Management: An International Journal, 12 (2007), 4, S. 284-296.
- Hallowell, R. (1996), The Relationship of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Profitability: An Empirical Study, in: Journal of Service Industry Management, 7 (1996), 4, S. 27-42.
- Haley, M. J. (1997), Moulding, Automation, Robots: A Winning Combination for Bose, in: Industrial Robot, 24 (1997), 3, S. 229-230.
- Hamann, R. (2000), Für lückenlose Transparenz: Die ganzheitlich Steuerung logistischer Prozesse minimiert das unternehmerische Risiko, in: Materialfluss, (2000), Nov./Dez., S. 36-37.
- Hammann, P./Erichson, B. (1990), Marktforschung, 2. Aufl., Stuttgart und New York 1990.
- Hamel, G. (1991), Competition for Competence and Inter-Partner Learning Within International Strategic Alliances, in: Strategic Management Journal, 12 (1991), 4, S. 83-103.

- Hamel, G. (1998), The Concept of Core Competence, in: Hamel, G./Heene, A. (Hrsg.), *Competence-Based Competition*, Chichester 1998.
- Hameri, A.-P./Lehtonen, J.-M. (2001), Production and Supply Management Strategies in Nordic Paper Mills, in: *Scandinavian Journal of Management*, 17 (2001), 3, S. 379-396.
- Hansen, H. R. (1998), *Wirtschaftsinformatik I - Grundlagen betrieblicher Informationsverarbeitung*, 7. Aufl., Stuttgart 1998.
- Hansen, U. (1990), *Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels*, 2. Aufl., Göttingen 1990.
- Hartley-Urquhart, R. (2006), Managing the Financial Supply Chain, in: *Supply Chain Management Review*, 10 (2006), 6, S. 18-25.
- Hartmann, A./Sattler, H. (2004), Wie robust sind Methoden zur Präferenzmessung?, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 59 (2004), 2, S. 3-22.
- Hauser, J. R./Clausing, D. (1988), The House of Quality, in: *Harvard Business Review*, 66 (1988), 3, S. 63-73.
- Hayes, R. H. (1985), Strategic Planning - Forward in Reverse?, in: *Harvard Business Review*, 63 (1985), 6, S. 111-119.
- Hayes, R. H./Pisano, G. P. (1994), Beyond World-Class: The New Manufacturing Strategy, in: *Harvard Business Review*, 72 (1994), 1, S. 77-86.
- Hayes, R. H./Pisano, G. P. (1996), Manufacturing Strategy: At the Intersection of two Paradigm Shifts, in: *Production and Operations Management*, 5 (1996), 1, S. 25-41.
- Hayes, R. H./Wheelwright, S. G. (1979a), Link Manufacturing Process and Product Life Cycles, in: *Harvard Business Review*, 57 (1979), 1, S. 133-140.
- Hayes, R. H./Wheelwright, S. G. (1979b), The Dynamics of Process-Product Life Cycles, in: *Harvard Business Review*, 57 (1979), 2, S. 127-136.
- Hayes, R. H./Wheelwright, S. C. (1984), *Restoring Our Competitive Edge: Competing Through Manufacturing*, New York 1984.
- Hedaa, L./Ritter, T. (2005), Business Relationships on Different Waves: Paradigm shift and Marketing Orientation Revisited, in: *Industrial Marketing Management*, 34 (2005), 7, S. 714-721.
- Hegele-Raih, C. (2005), Was ist eine Marke?, in: *Harvard Business Manager*, 27 (2005), 1, S. 36.
- Heikkilä, J. (2002), From Supply to Demand Chain Management: Efficiency and Customer Satisfaction, in: *Journal of Operations Management*, 20 (2006), 6, S. 747-767.

- Heinrich, L. J./Roithmayr, F. (1986), *Wirtschaftsinformatik-Lexikon*, München und Wien 1986.
- Helfat, C. E./Peteraf, M. A. (2003), *The Dynamic Resource-Based View: Capability Life Cycles*, in: *Strategic Management Journal*, 24 (2003), 10, S. 997-1010.
- Helm, R. (1997a), *Kompetenzorientiertes Outsourcing von Vertriebsleistungen*, in: *Zeitschrift für Planung*, 8 (1997), 2, S. 169-183.
- Helm, S. (1997b), *Neue Institutionenökonomik - Einführung und Glossar*, Düsseldorf *Schriften zum Marketing*, Nr. 2, 2. Aufl., Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf 1997.
- Helm, S. (2007), *Unternehmensreputation und Stakeholder-Loyalität*, Wiesbaden 2007.
- Helper, S./Kiehl, J. (2004), *Developing Supplier Capabilities: Market and Non-Market Approaches*, in: *Industry and Innovation*, 11 (2004), 1/2, S. 89-107.
- Henseler, G. (2002), *Gesunde Ernährung - Sicherheit, Transparenz, Vertrauen (speziell Lebensmittelsicherheit)*, Vortrag innerhalb des Symposiums „Gesunde Ernährung, Sicherheit, Transparenz, Vertrauen“ im Rahmen der Landesinitiative Blickpunkt Ernährung, Brennpunkt Lebensmittel am 09. Dezember 2002 in Leinfelden-Echterdingen.
- Henson, S./Holt, G. (2000), *Exploring Incentives for the Adoption of Food Safety Controls: HACCP Implementation in the U.K. Dairy Sector*, in: *Review of Agricultural Economics*, 22 (2000), 2, S. 407-420.
- Henson, S./Traill, B. (1993), *The Demand for Food Safety: Market Imperfections and the Role of Government*, in: *Food Policy*, 18 (1993), 2, S. 152-162.
- Herbig, P./Milewicz, J. (1995), *The Relationship of Reputation and Credibility to Brand Success*, in: *Journal of Consumer Marketing*, 12 (1995), 4, S. 5-10.
- Herrmann, A. (1998), *Produktmanagement*, München 1998.
- Herrmann, T. (1999), *Lehrbuch der empirischen Persönlichkeitsforschung*, 6. Aufl., Göttingen 1999.
- Heusler, K. F. (2004), *Implementierung von Supply Chain Management: Kompetenzorientierte Analyse aus der Perspektive eines Netzwerkakteurs*, Wiesbaden 2004.
- Heusler, K. F./Stölzle, W./Bachmann, H. (2006), *Supply Chain Event Management - Grundlagen, Funktionen und potentielle Akteure*, in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 35 (2006), 1, S. 19-24.
- Hill (1987), *Teaching Manufacturing Strategy*, in: *International Journal of Operations and Production Management*, 6 (1987), 1, S. 10-20.

- Hill, T. (1993), *Manufacturing Strategy: The Strategic Management of the Manufacturing Function*, 2. Aufl., London 1993.
- Hill, T. (2000), *Manufacturing Strategy: Text and Cases*, 2. Aufl., New York 2000.
- Himpel, F. (1999), *Industrielle Beschaffungsnetzwerke: Theoretische Fundierung, Entwicklungsprinzipien, Gestaltungsaspekte*, Wiesbaden 1999.
- Himpel, F. (2004), *Marktorientiertes Produkt- und Produktionsmanagement: Zur Gestaltung der Interaktion zwischen Marketing und Produktion*, Wiesbaden 2004.
- Hinterhuber, H. H./Friedrich, S. A./Handlbauer, G., Stuhec, U. (1996), *Die Unternehmung als kognitives System von Kernkompetenzen und strategischen Geschäftseinheiten*, in: Wildemann, H. (Hrsg.), *Produktions- und Zuliefernetzwerke*, München 1996, S. 67-103.
- Hinterhuber, H. H./Handlbauer, G./Matzler, K. (1997), *Kundenzufriedenheit durch Kernkompetenzen: eigene Potentialen erkennen - entwickeln - umsetzen*, München und Wien 1997.
- Hinterhuber, H. H./Stuhec, U. (1997), *Kernkompetenzen und strategisches In-/Outsourcing*, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, (1997), Ergänzungsheft 1, S. 1-20.
- Hipp (2008), *Hipp Bio-Qualität: Rinder, Schweine & Geflügel*, auf den Internetseiten der Hipp GmbH & Co. Vertrieb KG [http://www.hipp.de/index.php?id=94&tx_jppageteaser_pi1\[backId\]=21](http://www.hipp.de/index.php?id=94&tx_jppageteaser_pi1[backId]=21), Abruf am 15. Juli 2008.
- Hirn, W./Neukirchen, H. (2004), *Fabrik-Verkauf*, in: *Manager Magazin*, 31 (2001), 11, S. 294-304.
- Hirshleifer, J./Riley, J. G. (1979), *The Analytics of Uncertainty and Information: An Expository Survey*, in: *Journal of Economic Literature*, 17 (1979), 4, p. 1375-1421.
- Hitt, M. A./Ireland, R. D. (1984), *Corporate Distinctive Competence and Performance: Effects of Perceived Environmental Uncertainty (PEU), Size, and Technology*, in: *Decision Sciences*, 15 (1984), 3, S. 324-349.
- Hitt, M. A./Ireland, R. D. (1985), *Corporate Distinctive Competence, Strategy, Industry and Performance*, in: *Strategic Management Journal*, 6 (1985), 3, S. 273-293.
- Hitzler, R. (1994), *Wissen und Wesen des Experten: Ein Annäherungsversuch - zur Einleitung*, in: Hitzler, R./Honer, A./Maeder, C. (Hrsg.), *Expertenwissen: Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit*, Opladen, 1994, S. 13-30.
- Hjorth-Andersen, C. (1984), *The Concept of Quality and the Efficiency of Markets for Consumer Products*, in: *Journal of Consumer Research*, 11 (1984), 2, S.708-718.

- Hoekstra, S./Romme, J. (1992), *Integral Logistic Structures: Developing Customer-Oriented Goods Flow*, London et al. 1992.
- Höfl, E. (1994), *Qualitatives Interview*, in: *Arbeitskreis Qualitative Sozialforschung* (Hrsg.), *Verführung zum Qualitativen Forschen*, Wien 1994, S. 61-68.
- Hof, J. /Baltic, T. (1991), *A Multilevel Analysis of Production Capabilities of the National Forest System*, in: *Operations Research*, 39 (1991), 4, S. 543-552.
- Hofer, K. (2002), *Lebensmittelqualität als Tat-Sache eine qualitative Analyse der Entstehung von Verunsicherung und Vertrauen im Bedürfnisfeld Essen*, Bern 2002.
- Hofmann, Y. (2006), *Zur Begrifflichkeit unternehmensinterner Transparenz*, in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 35 (2006), 6, S. 351-354.
- Hofmann, E./Elbert, R. (2004): *Collaborative Cash Flow Management - Financial Supply Chain Management als Herausforderung der Netzkompetenz*, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.): *Netzkompetenz in Supply Chains - Grundlagen und Umsetzung*. Wiesbaden 2004, S. 93-117.
- Hoitsch, H.-J. (1994), *Ziele und Aufgaben des Produktionscontrolling*, in: Corsten, H. (Hrsg.), *Handbuch Produktionsmanagement*, Wiesbaden 1994, S. 421-438.
- Holbrook, M. B./Corfman, K. P. (1985), *Quality and Value in the Consumption Experience: Phaedrus Rides Again*, in: Jacoby, J./Olson, J. C. (Hrsg.), *Perceived Quality*, Lexington MA 1985, S. 31-57.
- Holtz, R. von (1998), *Der Zusammenhang zwischen Mitarbeiterzufriedenheit und Kundenzufriedenheit*, München 1998.
- Homburg, C. (2000), *Kundenähe von Industriegüterunternehmen. Konzepte - Erfolgsauswirkungen - Determinanten*, 3. Aufl., Wiesbaden 2000.
- Homburg, C./Giering, A. (1996), *Konzeptualisierung und Operationalisierung komplexer Konstrukte: Ein Leitfaden für die Marketingforschung*, in: *Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 18 (1996), 1, S. 5-24.
- Homburg, C./Werner, H. (1998), *Situative Determinanten relationalen Beschaffungsverhaltens*, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 50 (1998), 11, S. 979-1009.
- Hoole, R. (2005), *Five Ways to Simplify Your Supply Chain*, in: *Supply Chain Management*, 10 (2005), 1, S. 3-6.
- Hooley, G. J./Greenley, G. E./Cadogan, J. W./Fahy, J. (2005), *The Performance Impact of Marketing Resources*, in: *Journal of Business Research*, 58 (2005), 1, S. 18-27.

- Horváth, L. (2004), Supply Chain Management in der Fleischerzeugung: Konzeption, Implementierung und Perspektiven, Dissertation der Technischen Universität München 2004.
- Huang, S. H./Uppal, M./Shi, J. (2002), A Product Driven Approach to Manufacturing Supply Chain Selection, in: Supply Chain Management: An International Journal, 7 (2002), 4, S. 189-199.
- Hüser, A./Mühlenkamp, C. (1992), Werbung für ökologische Güter: Gestaltungsaspekte aus informationsökonomischer Sicht, in: Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis, 14 (1992), 3, S. 149-156.
- Hus, C. (2004), Das blinde Vertrauen ist vorbei, in: Handelsblatt - Karriere und Management, (2004), 9./10./11. Juli, S. 2.
- Iansiti, M./Clark, K. B. (1994), Integration and Dynamic Capability: Evidence from Product Development in Automobiles and Mainframe Computers, in: Industrial and Corporate Change, 3 (1994), 3, S. 557-605.
- IGW (2008), Sonderschauen / Attraktionen auf der Internationalen Grünen Woche Berlin, auf den Internetseiten der IGW http://www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.gruenewoche.de/de/BesucherService/Sonderschauen/index.jsp, Abruf am 28. Juli 2008.
- Ilde, G. B. (2001), Transport, Verkehr, Logistik - Gesamtwirtschaftliche Aspekte und einzelwirtschaftliche Handhabung, 3. Aufl., München 2001.
- Jacoby, J. (1978), Consumer Research: How Valid and Useful are All Our Consumer Behavior Research Findings? A State of the Art Review, in: Journal of Marketing, 42 (1978), April, S. 87-96.
- Joshi, A. W./Campbell, A. J. (2003), Effect of Environmental Dynamism on Relational Governance in Manufacturer-Supplier Relationships: A Contingency Framework and an Empirical Test, in: Journal of the Academy of Marketing Science, 31 (2003), 2, S. 176-188.
- Joshi, P. M./Kathuria, R./Porth, S. J. (2003), Alignment of Strategic Priorities and Performance: An Integration of Operations and Strategic Management Perspectives, in: Journal of Operations Management, 21 (2003), 3, S. 353-369.
- Jüttner, U. (2005), Supply Chain Risk Management: Understanding the Business Requirements from a Practitioner Perspective, in: The International Journal of Logistics Management, 16 (2005), 1, S. 120-141.

- Jüttner, U./Christopher, M./Baker, S. (2007), Demand Chain Management - Integrating Marketing and Supply Chain Management, in: *Industrial Marketing Management*, 36 (2007), 3, S. 377-392.
- Jüttner, U./Godsell, J./Christopher, M. G. (2006), Demand Chain Alignment Competence - Delivering Value Through Product Life Cycle Management, in: *Industrial Marketing Management*, 35 (2006), 8, S. 989-1001.
- Jung, A. (1988), *Qualitätsunsicherheit auf dem Markt für Lebensmittel aus ökologischem Anbau*, Frankfurt a.M. 1988.
- Jurca, R./Faltings, B. (2002), Towards Incentive-Compatible Reputation Management, in: Falone, R./Barber, S./Korba, L./Singh, M. (Hrsg.), *Trust, Reputation, and Security: Theories and Practice*, Berlin et al. 2002, S. 138-147.
- Kaas, K. P. (1990), Marketing als Bewältigung von Informations- und Unsicherheitsproblemen im Markt, in: *Die Betriebswirtschaft*, 50 (1990), 4, S. 539-548.
- Kaas, K. P. (1992), Kontraktgütermarketing als Kooperation zwischen Prinzipalen und Agenten, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 44 (1992), 10, S. 884-901.
- Kaas, K. P. (1994), Ansätze einer institutionenökonomischen Theorie des Konsumentenverhalten, in: *Forschungsgruppe Konsum und Verhalten* (Hrsg.), *Konsumentenforschung*, München 1994, S. 245-260.
- Kaas, K. P. (1995), Informationsökonomik, in: Tietz, B./Köhler, R./Zentes, J. (Hrsg.), *Handwörterbuch Marketing*, 2. Aufl., Stuttgart 1995, Sp. 971-981.
- Kafka, C. (1999), *Risikowahrnehmung und -kommunikation bei Lebensmitteln*, Kiel 1999.
- Kajüter, P. (2003), Instrumente zum Risikomanagement in der Supply Chain, in: Stölzle, W./Otto, A. (Hrsg.), *Supply Chain Controlling in Theorie und Praxis*, Wiesbaden 2003, S. 107-135.
- Kale, P./Dyer, J. H./Singh, H. (2002), Alliance Capability, Stock Market Response, and Long-Term Alliance Success: The Role of the Alliance Function, in: *Strategic Management Journal*, 23 (2002), 8, S. 747-767.
- Kalka, E. (2004), *Lebensmittelqualität zwischen Geschmack und Zeichen - Eine natur- und kulturwissenschaftliche Analyse am Beispiel von Speisequark*, Dissertation der Universität Kassel, Witzenhausen 2004.
- Kannan, V. R./Tan, K. C. (2007), The Impact of Operational Quality: A Supply Chain View, in: *Supply Chain Management: An International Journal*, 12 (2007), 1, S. 14-19.

- Kandemir, D./Yapark, A./Cavusgil, S. T. (2006), Alliance Orientation: Conceptualization, Measurement, and Impact on Market Performance, in: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34 (2006), 3, S. 324-340.
- Kano, N./Seraku, N./Takahashi, F./Tsuji, S. (1984), Attractive Quality and Must-Be Quality, in: *Hinshitsu: The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14 (1984), 1, S. 39-48.
- Karg, K. R. (1991), *Transparenz von Organisationen aus der Sicht ihrer Mitglieder*, Dissertation der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Nürnberg 1991.
- Karrer, M. (2006), *Supply Chain Performance Management: Entwicklung und Ausgestaltung einer unternehmensübergreifenden Steuerungskonzeption*, Wiesbaden 2006.
- Kemper, A. C. (2000), *Strategische Markenpolitik im Investitionsgüterbereich*, Lohmar 2000.
- Kenning, P./Plassmann, H./Deppe, M./Kugel, H./Schwindt, W. (2005), Wie eine starke Marke wirkt, in: *Harvard Business Manager*, 27 (2005), 2, S. 53-57.
- Kern, S. (1994), Koordination dezentraler Produktionseinheiten, in: Corsten, H. (Hrsg.), *Handbuch Produktionsmanagement: Strategien - Führung - Technologie - Schnittstellen*, Wiesbaden 1994, S. 381-401.
- Kerr, J. (2006), Streamlining the Cash Flow, in: *Supply Chain Management Review*, 10 (2006), 7, S. 25-31.
- Ketchen Jr., D. J./Giunipero, L. C. (2004), The Intersection of Strategic Management and Supply Chain Management, in: *Industrial Marketing Management*, 33 (2004), 1, S. 51-56.
- Kiendl, S. C. (2007), *Markenkommunikation mit Sport: Sponsoring und Markenevents als Kommunikationsplattform*, Wiesbaden 2007.
- Kiener, S. (1990), *Die Principal-Agent-Theorie aus informationsökonomischer Sicht*, Heidelberg 1990.
- Kieser, A./Kubicek, H. (1978), *Organisationstheorien I: Wissenschaftliche Anforderungen und kritische Analyse klassischer Ansätze*, Stuttgart et al. 1978.
- Kim, J. S./Arnold, P. (1992), Manufacturing Competence and Business Performance: A Framework and Empirical Analysis, in: *International Journal of Operations and Productions Management*, 13 (1992), 10, S. 4-25.
- Kim, J. S./Arnold, P. (1996), Operationalizing Manufacturing Strategy: An Exploratory Study of Constructs and Linkage, in: *International Journal of Operations & Production Management*, 16 (1996), 12, S. 45-73.

- Kippels, D. (2006), Automobilbauer schöpfen Kraft aus Lieferantenparks, in: VDI Nachrichten, (2006), 10, 10. März, S. 25.
- Klaiber, U. (1997), Kooperationsmanagement im Investitionsgütermarketing: Ein netzwerkorientierter Ansatz, Herdecke 1997.
- Klaus, P. (2005), Die Frage der optimalen Komplexität in Supply Chains und Supply-Netzwerken, in: Eßig, M. (Hrsg.), Perspektiven des Supply Management - Konzepte und Anwendungen, Berlin et al. 2005, S. 361-378.
- Klaus, P./Waibel, F. (2005), Ende der Logistikeuphorie, in: Deutsche Verkehrs-Zeitung, (2005), Nr. 142.
- Klein, M. (2002a), Die Conjoint-Analyse: Eine Einführung in das Verfahren mit einem Ausblick auf mögliche sozialwissenschaftliche Anwendungen, in: Zentral Archiv für Empirische Sozialforschung, (2002), 50, S. 7-45.
- Klein, M. (2002b), Wählen als Akt expressiver Präferenzoffenbarung: Eine Anwendung der Conjoint-Analyse auf die Wahl zur Hamburger Bürgerschaft vom 21. September 1997, Frankfurt a.M. 2002.
- Klein, S. (1996), Interorganisationssysteme und Unternehmensnetzwerke, Wiesbaden 1996.
- Kleinaltenkamp, M. (1987), Die Dynamisierung strategischer Marketing-Konzepte: Eine kritische Würdigung des "Outpacing Strategy"-Ansatzes von Gilbert und Strebel, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 39 (1987), 1, S. 31-52.
- Klinger, K. (1954), Selbstfertigung und Fremdbezug? - Diskussionsbeitrag zur Frage: "Make or buy?", in: Neue Betriebswirtschaft, 7 (1954), 6, S. 109-111.
- Klocke, F. (1998), Fertigungstechnologien - Trends und Entwicklungen, in: VDI-Gesellschaft Produktionstechnik (Hrsg.), Produktion hat Zukunft - Düsseldorfer Produktionstage '98, 25. und 26. März 1998, Düsseldorf 1998, S. 19-40.
- Klöter, R. (1997), Opponenten im organisationalen Beschaffungsprozeß, Wiesbaden 1997.
- Knyphausen, D. zu/Ringsletter, M. (1991), Wettbewerbsumfeld: Hybride Strategien und Economies of Scope, in: Kirsch, W. (Hrsg.), Beiträge zum Management strategischer Programme, München 1991, S. 539-557.
- Kogut, B. (2000), The Network as Knowledge: Generative Rules and the Emergence of Structure, in: Strategic Management Journal, 21 (2000), 3, S. 405-425.
- Kollock, P. (1994), The Emergence of Exchange Structures: An Experimental Study of Uncertainty, Commitment, and Trust, in: American Journal of Sociology, 100 (1994), 2, S. 313-345.

- Kopalle, P. K./Lehmann, D. R. (1995), The Effects of Advertising and Observed Quality on Expectations About New Quality, in: *Journal of Marketing Research*, 32 (1995), 3, S. 280-290.
- Kopp, H.-J. (2002), Verbraucherschutz durch Geschützte Herkunftsbezeichnung und Öko-Kennzeichnung?, in: Meier, J. (2002), Gläserne Produktion in der Lebensmittelherstellung: Beitrag zum Verbraucherschutz oder Scheinsicherheit?, Beiträge im Rahmen des 8. Symposiums zur Lebensmitteltechnologie in Neubrandenburg, Band 5, Friedland 2002, S. 47-52.
- Koschate, N. (2002), Kundenzufriedenheit und Preisverhalten - Theoretische und empirisch experimentelle Analysen, Wiesbaden 2002.
- Kosiol, E. (1964), Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensforschung, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 34 (1964), 12, S. 743-762.
- Kotzab, H. (2000), Zum Wesen von Supply Chain Management vor dem Hintergrund der betriebswirtschaftlichen Logistikkonzeption - erweiterte Überlegungen, in: Wildemann, H. (Hrsg.), *Supply Chain Management*, München 2000, S. 21-47.
- Krafft, M. (1999), Der Kunde im Fokus: Kundennähe, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Kundenwert?, in: *Die Betriebswirtschaft*, 59 (1999), 4, S. 511-530.
- Krebs, M., Rock, R. (1994), Unternehmensnetzwerke - eine intermediäre oder eigenständige Organisationsform?, in: Sydow, J./Windeler, A. (Hrsg.), *Management interorganisationaler Beziehungen: Vertrauen, Kontrolle und Informationstechnik*, Opladen 1994, S. 322-345.
- Kreimer, T./Gerling, M. (2006), Status quo und Perspektiven im deutschen Lebensmittel-einzelhandel 2006, Studie der KPMG Deutsche Treuhand Gesellschaft, Köln 2006.
- Krelle, W. (1961), *Preistheorie*, Tübingen und Zürich 1961.
- Krikke, H./Le Blanc, I./Van de Velde, S. (2004), Product Modularity and the Design of Closed-Loop Supply Chains, in: *California Management Review*, 46 (2004), 2, S. 23-39.
- Kroeber-Riel, W. (1977), Kritik und Neuformulierung der Verbraucherpolitik auf verhaltenswissenschaftlicher Grundlage, in: *Die Betriebswirtschaft*, 37 (1977), 1, S. 89-103.
- Kroeber-Riel, W./Weinberg, P. (2003), *Konsumentenverhalten*, 8. Aufl., München 2003.
- Krüger, W./Homp, C. (1997), *Kernkompetenz-Management - Steigerung von Flexibilität und Schlagkraft im Wettbewerb*, Wiesbaden 1997.
- Kruschwitz, L. (1974), Kritik der Produktionsbegriffe, in: *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis*, 26 (1974), 3, S. 242-258.

- Kubicek, H. (1977), Heuristische Bezugsrahmen und heuristisch angelegte Forschungsdesigns als Elemente einer Konstruktionsstrategie empirischer Forschung, in: Köhler, R. (Hrsg.), Empirische Forschung und handlungstheoretische Forschungskonzeptionen in der Betriebswirtschaftslehre, Bericht über die Tagung des Verbandes der Hochschul-lehrer für Betriebswirtschaft e. V. Aachen 1976, Stuttgart 1977, S. 3-36.
- Kuei, C.-H./Madu, C. N./Lin, C. (2001), The Relationship Between Supply Chain Quality Management Practices and Organizational Performance, in: International Journal of Quality & Reliability Management, 18 (2001), 8, S. 864-872.
- Küpper, H.-U. (1980), Interdependenzen zwischen Produktionstheorie und der Organisation des Produktionsprozesses, Berlin 1980.
- Küpper, H.-U. (2000), Felsch, A. (2000): Organisation, Macht und Ökonomie: Mikropolitik und die Konstitution organisationaler Handlungssysteme, Wiesbaden 2000.
- Küpper, H.-U. (2002), Unternehmensrechnung, Struktur und Teilsysteme, in: Küpper, H.-U./Wagenhofer, A. (Hrsg.), Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling, 4. Aufl., Stuttgart 2002, Sp. 2030-2043.
- Kuhlmann, E. (1970), Das Informationsverhalten der Konsumenten, Freiburg 1970.
- Kuhn, T. (2003), Fit machen, in: Wirtschaftswoche, (2003), 34, S. 59-61.
- Kuhn, A./Hellingrath, H. (2002), Supply Chain Management - Optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette, Berlin et al. 2002.
- Kummer, S. (2001), Supply Chain Controlling, in: Kostenrechnungspraxis, 45 (2001), 2, S. 81-87.
- Kupsch, P./Hufschmied, P. (1979), Wahrgenommenes Risiko und Komplexität der Beurteilungssituation als Determinanten der Qualitätsbeurteilung, in: Meffert, H./Steffenhagen, H./Freter, H. W. (Hrsg.), Konsumverhalten und Information, Wiesbaden 1979, S. 225-257.
- Kurbel, K./Schreiber, D. (2005), Mobile SCEM - Agentenbasiertes Event-Management in globalen Logistiknetzwerken, in: Industrie Management, 21 (2005), 5, S. 21-24.
- Kurz, A./Stockhammer, C., Fuchs, S./Meinhard, D. (2007), Das problemzentrierte Interview, in: Buber, R./Holzmüller, H. H. (2007), Qualitative Marktforschung: Konzepte - Methoden - Analysen, Wiesbaden 2007, S. 463-475.
- LaLonde, B. J./Pohlen, T. L. (1996), Issues in Supply Chain Costing, in: International Journal of Logistics Management, 7 (1996), 1, S. 1-12.
- Lambert, D. M./Cooper, M. C. (2000), Issues in Supply Chain Management, in: Industrial Marketing Management, 29 (2002), 1, S. 65-83.

- Lambert, D. M./Cooper, M. C./Pagh, J. D. (1998), Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities, in: *The International Journal of Logistics Management*, 9 (1998), 2, S. 1-19.
- Lambsdorff, Johann Graf (1994), Adverse Selection and Moral Hazard, in: *Das Wirtschaftsstudium*, 23 (1994), 3, S. 193-194.
- Lamming, R./Johnsen, T./Zheng, J./Harland, C. (2000), An Initial Classification of Supply Networks, in: *International Journal of Operations and Production Management*, 20 (2000), 6, S. 675-691.
- Lamming, R. C./Caldwell, N. D./Harrison, D. A./Phillips, W. (2001), Transparency in Supply Relationships: Concept and Practice, in: *The Journal of Supply Chain Management*, 37 (2001), 4, S. 4-10.
- Lamming, R./Caldwell, N./Phillips, W. (2004), Supply Chain Transparency, in: New, S./Westbrook, R. (2004), *Understanding Supply Chains: Concepts, Critiques, & Futures*, New York 2004, S. 191-208.
- LaTour, S. A./Peat, N. C. (1979), Conceptual and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research, in: *Advances in Consumer Research*, 6 (1979), 1, S. 431-437.
- Lawrenz, O./Hildebrand, K./Nenninger, M./Hillek, T. (2001), *Supply Chain Management - Konzepte, Erfahrungsberichte und Strategien auf dem Weg zu digitalen Wertschöpfungsnetzwerken*, 2. Aufl., Braunschweig und Wiesbaden 2001.
- Lawless, H. (1995), Dimensions of Sensory Quality: A Critique, in: *Food Quality and Preference*, 6 (1995), 3, S. 191-199.
- Lawson, T. (2001), Evaluating Trust, Competition and Cooperation, in: Shionoya, Y./Yagi, K. (Hrsg.), *Competition, Trust, and Cooperation: A Comparative Study*, Berlin et al. 2001, S. 42-76.
- Lazaric, N./Lorenz, E. (1998), The Learning Dynamics of Trust, Reputation and Confidence, in: Lazaric, N./Lorenz, E. (Hrsg.), *Trust and Economic Learning*, Northampton MA 1998, S. 1-20.
- Lee, H. L. (2002), Aligning Supply Chain Strategies With Product Uncertainties, in: *California Management Review*, 44 (2002), 3, S. 105-119.
- Lee, H. L./Padmanabhan, V./Whang, S. (1997), Information Distortion in a Supply Chain: The Bullwhip Effect, *Management Science*, 43 (1997), 4, S. 546-558.
- Lei, D./Goldhar, J. D. (2002), Knowledge and Organizational Properties of CIM Technology, in: *International Journal of Manufacturing, Technology and Management*, 4 (2002), 1/2, S. 134-157.

- Lei, D./Hitt, M. A./Bettis, R. (1996), Dynamic Core Competences through Meta-Learning and Strategic Context, in: *Journal of Management*, 22 (1996), 4, S. 549-569.
- Lentz, B. (2004), Mangelnder Mut, in: *Capital*, 43 (2004), 16, S. 68-71.
- Leonard-Barton, D. (1992), Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development, in: *Strategic Management Journal*, 13 (1992), 5, S. 111-125.
- Leonard-Barton, D. (1995), *Wellsprings of Knowledge: Building and Sustaining the Source of Innovation*, Boston MA 1995.
- Leong, G. K./Snyder, D. L./Ward, P. T. (1990), Research in the Process and Content of Manufacturing Strategy, in: *OMEGA The International Journal of Management Science*, 18 (1990), 2, S. 109-122.
- Leong, G. K./Ward, P. (1994), The Six Ps of Manufacturing Strategy, in: *International Journal of Operations & Production Management*, 15 (1995), 12, S. 32-45.
- Levinthal, D. A. (2000), Organizational Capabilities in Complex Worlds, in: Dosi, G./Nelson, R. R./Winter, S. G. (Hrsg.), *The Nature of Dynamics of Organizational Capabilities*, Oxford 2000, S. 363-379.
- Liker, J. K./Choi, T. Y. (2005), Fordernde Liebe: Supply-Chain-Management: Toyota und Honda arbeiten besser mit ihren nordamerikanischen Zulieferern zusammen als die Lokalmatadore Chrysler, General Motors und Ford. Was machen die Japaner anders?, in: *Harvard Business Manager*, 27 (2005), 3, S. 60-72.
- Linn, R. J./Tsung, F./Ellis, L. W. C. (2006), Supplier Selection Based on Process Capability and Price Analysis, in: *Quality Engineering*, 18 (2006), 3, S. 123-129.
- Liu, C.-M. (2005), The Multidimensional and Hierarchical Structure of Perceived Quality and Customer Satisfaction, in: *International Journal of Management*, 22 (2005), 3, S. 426-435.
- Locke, E.A. (1969), What is Job Satisfaction, in: *Organizational Behavior and Human Performance*, 4 (1969), 4, S. 309-336.
- Loeser, B./Friedli, T./Gebauer, H. (2005), Produzieren aus der Pole Position, in: *IO New Management*, 74 (2005), 3, S. 10-14.
- Lonsdale, C. (2001), Locked-In to Supplier Dominance: On the Danger of Asset Specificity for the Outsourcing Decision, in: *The Journal of Supply Chain Management*, 37 (2001), 2, S. 22-27.
- Loose, A./Sydow, J. (1994), Vertrauen und Ökonomie in Netzbeziehungen - Strukturtheoretische Betrachtungen, in: Sydow, J./Windeler, A. (Hrsg.), *Management interorganisationaler Beziehungen*, Opladen 1994, S. 160-193.

- Low, J./Kalafut, P. C. (2002), *Invisible Advantage*, Cambridge MA 2002.
- Lück, W. (2001), *Rechnungslegung nach Handels- und Steuerrecht*, 10. Aufl., Bonn 2001.
- Lück, W. (2004), *Lexikon der Betriebswirtschaft*, 6. Aufl., München 2004.
- Lüder, K. (2002), *Unternehmensrechnung für Öffentliche Verwaltung*, in: Küpper, H.-U./Wagenhofer, A. (Hrsg.), *Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling*, 4. Aufl., Stuttgart 2002, Sp. 1319-1328.
- Luhmann, N. (2001), *Vertrauen: Ein Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität*, 4. Aufl., Stuttgart 2001.
- Lundgren, A. (1992), *Coordination and Mobilisation Processes in Industrial Networks*, in: Axelsson, B./Easton, G. (1992), *Industrial Networks: A New View of Reality*, London und New York 1992, S. 144-165.
- Macharzina, K. (2003), *Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen - Konzepte - Methoden - Praxis*, 4. Aufl., Wiesbaden 2003.
- Männel, W. (1981), *Die Wahl zwischen Eigenfertigung und Fremdbezug: Theoretische Grundlagen - Praktische Fälle*, 2. Aufl., Stuttgart 1981.
- Männel, W. (1996), *Eigenfertigung und Fremdbezug*, Lauf a.d.P. 1996.
- Manz, K. (2005), *Transparenz im Warenfluss*, in: *Retail Technology*, (2005), 5, S. 12-14.
- Mack, O. (2003), *Konfiguration und Koordination von Unternehmungsnetzwerken: Ein allgemeines Netzwerkmodell*, Wiesbaden 2003.
- Mag, W. (1988), *Risiko und Ungewißheit*, in: Albers, W./Born, K. E./Dürr, E./Zottmann, A. (Hrsg.), *Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaft*, Band 6, Stuttgart et al. 1988, S. 478-495.
- Malorny, C. (1997), *Führen unter den Gesichtspunkten des umfassenden Qualitätsmanagements (TQM)*, in: Kaminske, G. F./Ehrhart, K. J./Jacobi, H.-J./Pfeifer, T./Ritter, A./Zink, K. J. (1997), *Bausteine des innovativen Qualitätsmanagement: erfolgreiche Praxis in deutschen Unternehmen*, München und Wien 1997, S. 37-64.
- March, J. G./Simon, H. A. (1958), *Organizations*, New York et al. 1958.
- Markwick, N./Fill, C. (1997), *Towards a Framework for Managing Corporate Identity*, in: *European Journal of Marketing*, 31 (1997), 5/6, S. 396-409.
- Masing, W. (1994), *Handbuch Qualitätsmanagement*, 3. Aufl., München und Wien 1994.
- Mason-Jones, R./Naylor, B./Towill, D. R. (2000), *Engineering the Leagile Supply Chain*, in: *International Journal of Agile Management Systems*, 2 (2000), 1, S. 54-61.

- Mason-Jones, R./Towill, D. R. (1999), Using the Information Decoupling Point to Improve Supply Chain Performance, in: *The International Journal of Logistics Management*, 10 (1999), 2, S. 13-26.
- Matiasko, W./Mellewigt, T. (2002), Motive, Erfolge und Risiken des Outsourcing - Befunde und Defizite der empirischen Outsourcing-Forschung, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 72 (2002), 6, S. 641-658.
- Matten, D. (1998), *Management ökologischer Unternehmensrisiken - zur Umsetzung von sustainable development in der reflexiven Moderne*, Stuttgart 1998.
- Matzler, K. (1997), *Kundenzufriedenheit und Involvement*, Wiesbaden 1997.
- Matzler, K./Bailom, F./Hinterhuber, H. H./Renzl, B./Pichler, J. (2003), Empirische Überprüfung des Kano-Modells und Implikationen für die Importance-Performance-Analyse (IPA), in: Wildemann, H. (Hrsg.), *Moderne Produktionskonzepte*, München 2003, S. 111-131.
- Matzler, K./Bailom, F./Hinterhuber, H.H./Renzl, B./Pichler, J. (2004), The Asymmetric Relationship between Attribute-Level Performance and Overall Customer Satisfaction: A Reconsideration of the Importance-Performance Analysis, in: *Industrial Marketing Management*, 33 (2004), 4, S. 271-277.
- Mauermann, H. (2001), *Leitfaden zur Erhöhung der Logistikqualität durch Analyse und Neugestaltung der Versorgungsketten*, Paderborn 2001.
- Maurer, D. (2003), Manufacturing is the Foundation: Smaller Companies, as well as Giants, Must Possess Manufacturing Competence to Survive, in: *Manufacturing Engineering*, 131 (2003), 2, S. 79-87.
- Maye, D./Ilbery, B. (2006), Regional Economies of Local Food Production: Tracing Food Chain Links Between 'Specialist' Producers and Intermediaries in the Scottish-English Borders, in: *European Urban and Regional Studies*, 13 (2006), 4, S. 337-354.
- Maynes, E. S. (1976), The Concept of Measurement of Product Quality, in: *Household Production and Consumption*, 40 (1976), 5, S. 529-559.
- McDonalds (2008a), MAAP-Programm, auf den Internetseiten von McDonalds <http://www.mcdonalds.de/html.php?t=Qualit%E4t&c=maap>, Abruf am 18. Juli 2008.
- McDonalds (2008b), Wissen wo's herkommt, in: *Focus*, (2008), 23, S. 10f.
- Meffert, H. (1994), *Marketing-Management: Analyse, Strategien, Implementierung*, Wiesbaden 1994.
- Meffert, H. (2000), *Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele*, 9. Aufl., Wiesbaden 2000.

- Meier, H./Hanenkamp, N. (2002), Komplexitätsmanagement in der Supply Chain, in: Busch, A./Dangelmaier, W. (Hrsg.), Integriertes Supply Chain Management: Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse, Wiesbaden 2002, S. 109-128.
- Meier, H./Golembiewski, M./Zoller, C. S. (2004), Modellierung strategischer Netzwerkprozesse im Supply Chain Design, in: Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb, 99 (2004), 12, S. 685-689.
- Mekschat, M. (2002), Umsetzung des SCM-Systems SAP APO bei der Degussa AG in den Business Units der Röhm GmbH & Co KG, in: Busch, A./Dangelmaier, W. (Hrsg.), Integriertes Supply Chain Management - Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse, Wiesbaden 2002, S. 277-294.
- Melewar, T. C./Jenkins, E. (2002), Defining the Corporate Identity Construct, in: Corporate Reputation Review, 5 (2002), 1, S. 76-90.
- MELFMV (2001), Leitfaden zur „Gläsernen Produktion“ in der Landwirtschaft Mecklenburg-Vorpommerns, Schwerin 2001.
- Mena, C./Aspinall, R./Bernon, M./Templar, S./Whicker, L. (2004), Gaining Visibility of Supply-Chain Costs, in: Logistics and Transport, 6 (2004), 7, S. 54-57.
- Mengen, A. (1993), Konzeptgestaltung von Dienstleistungsprodukten: Eine Conjoint-Analyse im Luftfrachtmarkt unter Berücksichtigung der Qualitätsunsicherheit beim Dienstleistungskauf, Stuttgart 1993.
- Mentzer, J. T./Min, S./Bobbit, L. M. (2004), Towards a Unified Theory of Logistics, in: International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 34 (2004), 8, S. 606-627.
- Mentzer, J. T./Min, A./Dewitt, W./Nix, N. W./Keebler, J. S./Smith, C. D./Zacharia, Z. G. (2001), What is Supply Chain Management?, in: Mentzer, J. T. (Hrsg.), Supply Chain Management, Thousand Oaks et al. 2001, S. 1-24.
- Meyer, C. M. (2007), Integration des Komplexitätsmanagement in den strategischen Führungsprozess der Logistik, Bern et al. 2007.
- Michaelis, E. (1985), Organisation unternehmerischer Aufgaben - Transaktionskosten als Beurteilungskriterium, Frankfurt a.M. et al. 1985.
- Michels, P. (2001), Absatzentwicklung: Sind die BSE-Folgen überstanden? Fleischkonsum und Verbraucherverhalten ein Jahr nach der einschneidenden Krise, in: Fleischwirtschaft, 81 (2001), 12, S. 52.

- Milberg, J. (1998), Die Bedeutung der Produktion für den Standort Deutschland, in: VDI-Gesellschaft Produktionstechnik (Hrsg.), Produktion hat Zukunft - Düsseldorfer Produktionstage '98, 25. und 26. März 1998, Düsseldorf 1998, S. 1-10.
- Mildenberger, U. (1998), Selbstorganisation von Produktionsnetzwerken: Erklärungsansatz auf Basis der neueren Systemtheorie, Wiesbaden 1998.
- Miles, R. E./Snow, C. (1978), Organizational Strategy, Structure and Process, New York 1978.
- Mintzberg, H. (1987), The Strategy Concept I: Five Ps for Strategy, in: California Management Review, 30 (1987), 1, S. 11-24.
- Mitra, D./Golder, P. N. (2006), How Does Objective Quality Affect Perceived Quality? Short-Term Effects, Long-Term Effects, and Asymmetries, in: Marketing Science, 25 (2006), 3, S. 230-247.
- MLFBW (1992), Gläserne Produktion: Natürlich aus Baden-Württemberg, Schwäbisch Gmünd 1992.
- Möller, K. (2003), Supply Chain Valuation - Wertschöpfung in und durch Supply Chain Networks, in: Stölzle, W./Otto, A. (Hrsg.), Supply Chain Controlling in Theorie und Praxis, Wiesbaden 2003, S. 49-82.
- Möller, K. (2006), Role of Competences in Creating Value: A Value-Creation Logic Approach, in: Industrial Marketing Management, 35 (2006), 8, S. 913-924.
- Möller, K./Töröänen, P. (2003), Business Suppliers' Value Creation Potential: A Capability-Based Analysis, in: Industrial Marketing Management, 32 (2003), 2, S. 109-118.
- Molina, A./Bell, R. (1999), A Manufacturing Model Representation of a Flexible Manufacturing Facility, in: Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers Part B, 213 (1999), 3, S. 225-246.
- Monroe, K. B./Krishnan, R. (1985), The Effect of Price on Subjective Product Evaluations, in: Jacoby, J./Olson, J. C. (Hrsg.), Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise, Lexington MA 1985, S. 209-232.
- Morash, E. A./Clinton, S. R. (1997), The Role of Transportation Capabilities in International Supply Chain Management, in: Transportation Journal, 36 (1997), 3, S. 5-17.
- Morgan, L. A. (1985), The Importance of Quality, in: Jacoby, J./Olson, J. C. (Hrsg.), Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise, Lexington MA 1985, S.61-64.
- Morschett, D./Schramm-Klein, H. (2008), Contract Manufacturer als Outsourcing-Partner international tätiger Industrieunternehmen - Flextronics International Ltd., in: Zentes,

- J./Swoboda, B. (Hrsg.), Fallstudien zum Internationalen Management: Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven, 3. Aufl., Wiesbaden 2008, S. 279-294.
- Müller, E./Preissner, A. (2004), Weg damit!, in: Manager Magazin, 34 (2004), 1, S. 108-115.
- Müller, J. (1996), Diversifikation und Reputation: Transferprozesse und Wettbewerbswirkungen, Wiesbaden 1996.
- Müller, M. (2005), Informationstransfer im Supply Chain Management - Analyse aus Sicht der Neuen Institutionenökonomie, Wiesbaden 2005.
- Müller, M. J./Röhr, A. (2003), Transparenz im Informationsfluss: Kommunikation von Lebensmittelsicherheit aus Sicht der Fleisch verarbeitenden Betriebe, in: Fleischwirtschaft, 83 (2003), 9, S. 89.
- Mummalaneni, V./Dubas, K. M./Chao, C. (1996), Chinese Purchasing Managers' Preferences and Trade-offs in Supplier Selection and Performance Evaluation, in: Industrial Marketing Management, 25 (1996), 2, S. 115-124.
- Murray, E. P. (1999), Cluster-Based Development Strategies: Lessons from the Plastics Industry in North Central Massachusetts, in: Economic Development Quarterly, 13 (1999), 3, S. 266-280.
- Nalebuff, B. J./Brandenburger, A. M. (1996), Coopetition - kooperativ konkurrieren: Mit Spieltheorie zum Unternehmenserfolg, Frankfurt a.M. 1996.
- Narasimhan, R./Talluri, S./Das, A. (2004), Exploring Flexibility and Execution Competencies of Manufacturing Firms, in: Journal of Operations Management, 22 (2004), 1, S. 91-106.
- Nath, D./Sudharshan, D. (1994), Measuring Strategy Coherence Through Patterns of Strategic Choices, in: Strategic Management Journal, 15 (1994), 1, S. 43-61.
- Naylor, J. B./Naim, M. M./Berry, D. (1999), Leagility: Integrating the Lean and Agile Manufacturing Paradigms in the Total Supply Chain, in: International Journal of Production Economics, 62 (1999), 1/2, S. 107-118.
- Nayyar, P. R./Templeton, P. L. (1991), Seller Beware: Choosing Generic Competitive Strategies for Service Businesses Under Information Asymmetry, in: Academy of Management Proceedings, (1991), S. 36-40.
- Nehls, U. (2002), Gläserne Lebensmittel - was erkennt der Verbraucher?, in: Meier, J. (2002), Gläserne Produktion in der Lebensmittelherstellung: Beitrag zum Verbraucherschutz oder Scheinsicherheit?, Beiträge im Rahmen des 8. Symposiums zur Lebensmitteltechnologie in Neubrandenburg, Band 5, Friedland 2002, S. 83-89.

- Nelson, P. (1970), Information and Consumer Behavior, in: *Journal of Political Economy*, 78 (1970), 2, S. 311-329.
- Nelson, P. (1974), Advertising as Information, in: *Journal of Political Economy*, 81 (1974), 7, S. 729-754.
- Nelson, R./Winter, S. (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Cambridge MA 1982.
- New, S. J. (1997), The Scope of Supply Chain Management Research, in: *Supply Chain Management*, 2 (1997), 1, S. 15-22.
- Newbert, S. L. (2005), New Firm Formation: A Dynamic Capability Perspective, in: *Journal of Small Business Management*, 43 (2005), 1, S. 55-77.
- Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H. (2002), *Marketing*, 19. Aufl., Berlin 2002.
- Nuissl, H./Schwarz, A./Thomas, M. (2002), *Vertrauen - Kooperation - Netzwerkbildung: Unternehmerische Handlungsressourcen in prekären regionalen Kontexten*, Wiesbaden 2002.
- Ockenfels, A. (2003), Reputationsmechanismen auf Internet-Marktplattformen: Theorie und Empirie, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 73 (2003), 3, S. 295-315.
- Oelsnitz, D. von der (1995), Investitionsgüter als Markenartikel, in: *Markenartikel*, 57 (1995), 9, S. 252-258.
- Ojasalo, J. (2004), Key Network Management, in: *Industrial Marketing Management*, 33 (2004), 3, S. 195-205.
- Oliver, R. L. (1980), A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, in: *Journal of Marketing Research*, 17 (1980), 4, S. 460-469.
- Oliver, R. L. (1997), *Satisfaction, A Behavioral Perspective on the Customer*, Boston 1997.
- Olshavsky, R. W./Miller, J. A. (1972), Consumer Expectations, Product Performance, and Perceived Quality, in: *Journal of Marketing Research*, 9 (1972), 2, S. 19-21.
- Orr, S. C. (1996), A Longitudinal Survey of Robot Usage in Australia, in: *Integrated Manufacturing Systems*, 7 (1996), 5, S. 33-46.
- Ottesen, G. G. (2006), Do Upstream Actors in the Food Chain Know End-User's Quality Perceptions? Findings from the Norwegian Salmon Farming Industry, in: *Supply Chain Management: An International Journal*, 11 (2006), 5, S. 456-463.
- Otto, A. (2002), *Management und Controlling von Supply Chains - Ein Modell auf der Basis der Netzwerktheorie*, Wiesbaden 2002.

- Otto, A./Kotzab, H. (2002), Ziel erreicht? Sechs Perspektiven zur Ermittlung des Erfolgsbeitrags des Supply Chain Management, in: Hahn, D./Kaufmann, L. (Hrsg.), Handbuch Industrielles Beschaffungsmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden 2002, S. 125-150.
- Otto, A./Stölzle, W. (2003), Thesen zum Stand des Supply Chain Controlling, in: Otto, A./Stölzle, W. (Hrsg.), Supply Chain Controlling in Theorie und Praxis - Aktuelle Konzepte und Unternehmensbeispiele, Wiesbaden 2003, S. 1-26.
- o.V. (1995), Die Konzentration im Handel gefährdet die Nahrungsmittelindustrie, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, (1995), 258, 05. November, S. 24.
- o.V. (1997), Der Einkauf ist Dienstleistungs-Center, in: Beschaffung Aktuell, (1997), 5, S. 20.
- o.V. (1998), Im Gespräch: Wohin geht die Reise in der Zulieferindustrie? Partnerschaft beginnt bei der Produktentwicklung, in: Beschaffung Aktuell, (1998), 5, S. 39-43.
- o.V. (2001a), Herkunft ist für Verbraucher entscheidend - ABEW: Ernährungsindustrie in Bayern an der Spitze, in: Lebensmittel Zeitung, (2001), 40, S. 84.
- o.V. (2001b), Bio-Anbieter tischen in der Domstadt groß auf, in: Lebensmittelzeitung, (2001), 40, S. 76.
- o.V. (2001c), State-of-Art Production Capability, in: Global Design News, (2001), Okt., S. 44.
- o.V. (2003), Geballte Innovationskraft für klar definierte Marktsegmente: Innovation braucht konsequente Kundenorientierung, in: Markt und Technik, 49 (2003), 49, S. 18-19.
- o.V. (2004), BME Innovationspreisträger 2004: Gildemeister AG Bielefeld: Mit drei Säulen zum Erfolg, in: Beschaffung Aktuell, (2004), 11, S. 30-32.
- o.V. (2005a), BMW/Aprilia: Gemeinsam stärker, in: Bike und Business, (2005), 5, S. 10.
- o.V. (2005b), Konzept via Baukasten, in: Automobil Industrie, (2005), 6, S. 82.
- o.V. (2005c), Regionalmarke Eiffel: Transparenz in den Produktionsketten ist sinnvoll und lohnt sich für die Unternehmen - Eine Region setzt Zeichen für ihre Qualität, in: Allgemeine Fleischer Zeitung, (2005), Journal 01/02, S. 12.
- Pagh, J. D./Cooper, M. C. (1998), Supply Chain Postponement and Speculation Strategies: How to Choose the Right Strategy, in: Journal of Business Logistics, 19 (1998), 2, S. 13-33.
- Pampel, J. (1993), Kooperation mit Zulieferern: Theorie und Management, Wiesbaden 1993.

- Parasuraman, A./Zeithaml, V. A./Berry, L. L. (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, in: *Journal of Marketing*, 49 (1985), 4, S. 41-50.
- Partsch, W. (2000), Der Free Cash Flow: Management des Nettoumlaufvermögens in der Supply Chain, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), *Supply Chain Management: Logistik plus? Logistikette - Marketingette - Finanzkette*, Berlin 2000, S. 119-138.
- Pavitt, K. (1991), Key Characteristics of the Large Innovating Firms, in: *British Journal of Management*, 2 (1991), 1, S. 41-50.
- Payne, T./Peters, M. J. (2004), What is the Right Supply Chain for Your Products?, in: *The International Journal of Logistics Management*, 15 (2004), 2, S. 77-92.
- Penrose, E. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford 1959.
- Perich, R. (1992), *Unternehmungsdynamik*, Bern et al. 1992.
- Perridon, L./Steiner, M. (2004), *Finanzwirtschaft der Unternehmung*, 13. Aufl., München und Wien 2004.
- Perlet, H./Müller, B. (2002), Konzerncontrolling, in: Küpper, H.-U./Wagenhofer, A. (Hrsg.), *Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling*, 4. Aufl., Stuttgart 2002, Sp. 1019-1033.
- Peteraf, M. A. (1993), The Cornerstones of Competitive Advantage, in: *Strategic Management Journal*, 14 (1993), 3, S. 179-191.
- Peteraf, M. A./Bergen, M. E. (2003), Scanning Dynamic Competitive Landscapes: A Market-Based and Resource-Based Framework, in: *Strategic Management Journal*, 24 (2003), 10, S. 1027-1041.
- Peterson, K. J./Ragatz, G. L./Monczka, R. M. (2005), An Examination of Collaborative Planning Effectiveness and Supply Chain Performance, in: *The Journal of Supply Chain Management*, 41 (2005), 2, S. 14-25.
- Petro-Turza, M. (2003), Food Safety Management Systems: A New International Standard Under Development Will Help Improve Food Safety, in: *ISO Bulletin*, (2000), 1, S. 11-14.
- Pfadenhauer, M. (2007), Das Experteninterview: Ein Gespräch auf gleicher Augenhöhe, in: Buber, R./Holzmüller, H. H. (Hrsg.), *Qualitative Marktforschung: Konzepte - Methoden - Analysen*, Wiesbaden 2007), S. 449-461.
- Pfeffer, J./Salancik, G. R. (1978), *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*, New York et al. 1978.

- Pfeifer, T. (2001), Qualitätsmanagement: Strategien - Methoden - Techniken, 3. Aufl., München und Wien 2001.
- Pfohl, H.-C. (1997), Informationsfluss in der Logistikkette, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), Unternehmensführung und Logistik, Band 12 - Informationsfluss in der Logistikkette - EDI - Prozeßgestaltung - Vernetzung, Berlin und Darmstadt 1997, S. 1-46.
- Pfohl, H.-C. (2000), Supply Chain Management: Konzept, Trends, Strategien, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), Supply Chain Management: Logistik plus?, Berlin 2000, S. 1-42.
- Pfohl, H.-C. (2004), Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 7. Aufl., Berlin et al. 2004.
- Pfohl, H.-C./Buse, H. P. (1999), Organisationale Beziehungsfähigkeit in komplexen kooperativen Beziehungen, in: Engelhard, J./Sinz, E. J. (Hrsg.), Kooperation im Wettbewerb: Neue Formen und Gestaltungskonzepte im Zeichen von Globalisierung und Informationstechnologie, Wiesbaden 1999, S. 269-300.
- Pfohl, H.-C./Elbert, R./Hofmann, E. (2003), Management der „finanziellen“ Supply Chain: Charakterisierung - Aufgabenbereiche - Interdependenzen, in: Bundesvereinigung Logistik e.V. (Hrsg.), Finanzierung - eine neue Dimension der Logistik: Ergebnisse des Arbeitskreises Logistik und Finanzen, Berlin 2003, S. 1-64.
- Pfohl, H.-C./Pfohl, P. A. (2001), Supply Chain Exzellenz, in: Hossner, H. (Hrsg.), Logistik Jahrbuch 2002, Düsseldorf 2001, S. 234-239.
- Pfriemer, M./Bauer, R. (2001), Supply Chain Planning - Wie Unternehmen die Wertschöpfungskette schnell, transparent und flexibel steuern, in: Gronalt, M. (Hrsg.), Logistikmanagement - Erfahrungsberichte und Konzepte zum (Re-)Design der Wertschöpfungstiefe, Wiesbaden 2001, S. 71-80.
- Phillips, L. W./Chang, D. R./Buzzell, R. D. (1983), Product Quality, Cost Position and Business Performance: A Test of Some Key Hypotheses, in: Journal of Marketing, 47 (1983), Spring, S. 26-43.
- Piccard, K. (1997), Qualitätsmanagement Lebensmittel, 2. Aufl., Berlin et al. 1997.
- Picot, A. (1982), Transaktionskostenansatz in der Organisationstheorie: Stand der Diskussion und Aussagewert, in: Die Betriebswirtschaft, 41 (1982), 2, S. 267-284.
- Picot, A. (1991), Ein neuer Ansatz zur Gestaltung der Leistungstiefe, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 43 (1991), 4, S. 336-357.
- Picot, A./Reichwald, R. (1994), Auflösung der Unternehmung? Vom Einfluß der IuK-Technik auf Organisationsstrukturen und Kooperationsformen, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 64 (1994), 5, S. 547-570.

- Picot, A./Reichwald, R./Wigand, R. T. (2003), Die grenzenlose Unternehmung: Information, Organisation und Management, 56. Aufl., Wiesbaden 2003.
- Pieper, J. (2000), Vertrauen in Wertschöpfungspartnerschaften: Eine Analyse aus Sicht der Neuen Institutionenökonomie, Wiesbaden 2000.
- Piller, F. T. (2006), Mass Customization: Ein wettbewerbsstrategisches Konzept im Informationszeitalter, 4. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Plinke, W. (1989), Die Geschäftsbeziehung als Investition, in: Specht, G./Silberer, G./Engelhardt, W.H. (Hrsg.), Marketing-Schnittstellen - Herausforderungen für das Management, Stuttgart 1989, S. 305-325.
- Plinke, W. (1992), Ausprägungen der Marktorientierung im Investitionsgüter-Marketing, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 44 (1992), 9, S. 830-846.
- Plinke, W. (1997), Grundlagen des Geschäftsbeziehungsmanagements, in: Kleinaltenkamp, M./Plinke, W. (Hrsg.), Geschäftsbeziehungsmanagement, Berlin und Heidelberg 1997, S. 3-62.
- Plinke, W./Söllner, A. (2006), Preisgestaltung im Produktgeschäft, in: Kleinaltenkamp, M./Plinke, W. (Hrsg.), Markt- und Produktmanagement: Die Instrumente des Business-to-Business-Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2006, S. 709-771.
- Plötner, O. (1995), Das Vertrauen des Kunden: Relevanz, Aufbau und Steuerung auf industriellen Märkten, Wiesbaden 1995.
- Poirier, C. C./Quinn, F. J. (2006), Suvery of Supply Chain Progress: Still Waiting for Breakthrough, in: Supply Chain Management Review, 10 (2006), 8, S. 18-26.
- Poppe, C./Kjærnes, U. (2003), Trust in Food: A Comparative Analysis, Professional Paper No. 5, National Institute for Consumer Research, Oslo 2003.
- Popper, K. (2002), Conjectures and Refutations. The Growth of Scientific Knowledge, 5. Aufl., London und New York 2002.
- Porter, M. (1980), Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York 1980.
- Porter, M. (1998), Clusters and the New Economics of Competition, in: Harvard Business Review, 76 (1998), 6, S. 77-90.
- Porter, M. (1999), Wettbewerbsstrategie, 10. Aufl., Frankfurt a. M. und New York 1999.
- Porter, M. (2000), Wettbewerbsvorteile, 6. Aufl., Frankfurt a. M., 2000.
- Präuer, A./Bernecker, T. (2006), Professioneller Umgang mit Risiken in Supply-Netzwerken: Gestaltungsfelder des Risikomanagements, in: Beschaffung Aktuell, (2006), 3, S. 32-35.

- Prahalad, C. K./Hamel, G. (1990), The Core Competences of the Corporation, in: Harvard Business Review, 68 (1990), 3, S. 79-91.
- Prahalad, C. K./Hamel, G. (1991), Nur Kernkompetenzen sichern das Überleben, in: Harvard Manager 13 (1991), 2, S. 66-78.
- Preß, B. (1997), Kaufverhalten in Geschäftsbeziehungen, in: Kleinaltenkamp, M./Plinke, W. (Hrsg.), Geschäftsbeziehungsmanagement, Berlin Heidelberg 1997, S. 63-111.
- Prévot, F./Spencer, R. (2006), Supplier Competence Alignment: Cases From the Buyer Perspective in the Brazilian Market, in: Industrial Marketing Management, 35 (2006), 8, S. 944-960.
- Prockl, G. (2001), Supply Chain Management als Gestaltung überbetrieblicher Versorgungsnetzwerke: Eine Verdichtung von Prinzipien zur „Strukturierung“ von Versorgungsnetzen und Ansätzen zur theoretischen Hinterfragung, Hamburg 2001.
- Proff, H. (2000), Ableitung ressourcenorientierter Wettbewerbsvorteile und -strategien aus einem „Modell der Ressourcenveredelung“, in: Hammann, P./Freiling, J. (2000), Die Ressourcen- und Kompetenzperspektive des Strategischen Management, Wiesbaden 2000, S. 137-166.
- Prüser, S. (1997), Der Kompetenzbegriff und seine erweiterte Interpretation, in: Strothmann, K. H. (Hrsg.), Kompetenztransfer im Investitionsgütermarketing, Wiesbaden 1997, S. 3-12.
- Quinn, J. B. (1999), Strategic Outsourcing: Leveraging Knowledge Capabilities, in: Sloan Management Review, (1999), 2, S. 13.
- Quinn, J. B. (2000), Outsourcing Innovation: The New Engine of Growth, in: Sloan Management Review, (2000), 2, S. 13-28.
- Rábade, L. A./Alfaro, J. A. (2006), Buyer-Supplier Relationship's Influence on Tracibility Implementation in the Vegetable Industry, in: Journal of Purchasing & Supply Management, 12 (2006), 1, S. 39-50.
- Raffée, H. (1969), Konsumenteninformation und Beschaffungsentscheidung des privaten Haushalts, Stuttgart 1969.
- Raffée, H. (1995), Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Göttingen 1995.
- Raffée, H./Silberer, G. (1981), Einleitung: Konsumenteninformation und Informationsverhalten von Konsumenten, in: Raffée, H./Silberer, G. (Hrsg.), Informationsverhalten des Konsumenten: Ergebnisse empirischer Studien, Wiesbaden 1981, S. 19-26.
- Rai, A./Patnayakuni, R./Seth, N. (2006), Firm Performance Impacts of Digitally Enabled Supply Chain Integration Capabilities, in: MIS Quarterly, 30 (2006), 2, S. 225-246.

- Rajadhyaksha, U. (2005), Managerial Competence: Do Technical Capabilities Matter?, in: Vikalpa: The Journal for Decision Makers, 30 (2005), 2, S. 47-56.
- Ramdas, K./Spekman, R. E. (2000), Chain or Shackles: Understanding What Drives Supply-Chain Performance, in: Interfaces, 30 (2000), 4, S. 3-21.
- Rappaport, A. (1986), Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance, New York et al. 1986.
- Rasch, H. (1968), Die Wahl zwischen Eigenfertigung und Fremdbezug als Einkaufs- und Investierungsproblem in der industriellen Unternehmung, Berlin 1968.
- Rasche, C. (1994), Wettbewerbsvorteile durch Kernkompetenzen: Ein ressourcenbasierter Ansatz, Wiesbaden 1994.
- Reichwald, R./Dietel, B. (1991), Produktionswirtschaft, in: Heinen, E. (Hrsg.), Industriebetriebslehre - Entscheidungen im Industriebetrieb, 9. Aufl., Wiesbaden 1991, S. 395-622.
- Reiners, W. (1996), Multiattributive Präferenzstrukturmodellierung durch die Conjoint Analyse: Diskussion der Verfahrensmöglichkeiten und Optimierung von Paarvergleichsaufgaben bei der adaptiven Conjoint Analyse, Münster 1996.
- Reisch, G. G., Schmidt, A. C. (2001), Auftragserfüllungsprozess, in: Gronalt, M. (Hrsg.), Logistikmanagement - Erfahrungsberichte und Konzepte zum (Re-)Design der Wertschöpfungstiefe, Wiesbaden 2001, S. 81-96.
- Reisch, L. A. (2002), Transparenz - Theoretische Begründung und verbraucherpolitische Praxis im Ernährungsbereich, Vortrag innerhalb des Symposiums „Gesunde Ernährung, Sicherheit, Transparenz, Vertrauen“ im Rahmen der Landesinitiative Blickpunkt Ernährung, Brennpunkt Lebensmittel am 09. Dezember 2002 in Leinfelden-Echterdingen.
- Reiß, M./Beck, T. C. (1995), Kernkompetenzen in virtuellen Netzwerken: Der ideale Strategie-Struktur-Fit für wettbewerbsfähige Wertschöpfungssysteme?, in: Corsten, H., Will, T. (Hrsg.), Unternehmensführung im Wandel. Strategien zur Sicherung des Erfolgspotentials, Stuttgart et al. 1995, S. 33-60.
- Reiß, M. (1998), Mythos Netzwerkorganisation, in: Zeitschrift Führung und Organisation, 67 (1998), 4, S. 224-229.
- Renting, H./Marsden, T./Banks, J. (2003), Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development, in: Environment and Planning A, 35 (2003), 3, S. 393-411.
- Renz, T. (1998), Management in internationalen Unternehmensnetzwerken, Wiesbaden 1998.

- Richer, J./Stranlund, J. K. (1997), Threat Positions and the Resolution of Environmental Conflicts, in: *Land Economics*, 73 (1997), 1, S. 58-71.
- Richter, R./Furubotn, E. (1996), *Neue Institutionenökonomik: Eine Einführung und kritische Würdigung*, Tübingen 1996.
- Riedel, H.-J. (1999), Technologie im Dienste des Kunden, in: Weber, J./Baumgarten, H. (Hrsg.), *Handbuch Logistik: Management von Material- und Warenflussprozessen*, Stuttgart 1999, S. 750-763.
- Rieger, J. (1997), Die Kommunikation von Kompetenz, in: Strothmann, K.-H. (Hrsg.), *Kompetenztransfer im Investitionsgütermarketing*, Wiesbaden 1997, S. 141-156.
- Rippberger, T. (1998), *Ökonomik des Vertrauens: Analyse eines Organisationsprinzips*, Tübingen 1998.
- Rippin, M. (2006), Öko-Landbau: Wachstumstempo bleibt hoch, in: ZMP (Hrsg.), *Jahresbericht 2006/2007: Rückblick und Vorschau auf die Agrarmärkte*, Rheinbreitbach 2006, S. 25.
- Ritson, C./Mai, L. W. (1998), The Economics of Food Safety, in: *Nutrition and Food Science*, 98 (1998), 5, S. 253-259.
- Ritter, T. (1998), *Innovationserfolg durch Netzwerk-Kompetenz: Effektives Management von Unternehmensnetzwerken*, Wiesbaden 1998.
- Ritter, T. (2006), Communicating Firm Competencies: Marketing as Different Levels of Translation, in: *Industrial Marketing Management*, 35 (2006), 8, S. 1032-1036.
- Ritter, T./Gemünden, H. G. (1999), Wettbewerbsvorteile im Innovationsprozeß durch Netzwerk-Kompetenz: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, in: Engelhard, J./Sinz, E. J. (Hrsg.), *Kooperation im Wettbewerb: Neue Formen und Gestaltungskonzepte im Zeichen von Globalisierung und Informationstechnologie*, Wiesbaden 1999, S. 385-409.
- Ritter, T./Gemünden, H. G. (2000), Technologie, Unternehmen, Netzwerk: Die Wirkung von Technologie- und Netzwerk-Kompetenz auf den Innovationserfolg und seine Voraussetzungen, in: Hamann, P./Freiling, J. (Hrsg.), *Die Ressourcen- und Kompetenzperspektive des Strategischen Managements*, Wiesbaden 2000, S. 337-358.
- Ritter, T./Wilkinson, I. F./Johnston, W. J. (2004), Managing in Complex Business Networks, in: *Industrial Marketing Management*, 33 (2004), 3, S. 175-182.
- Ritzer, U. (2007), Vom Boom profitieren vor allem die Großen: Handelsketten erweitern ihre Sortimente und drängen kleine Naturkostläden zurück in die Nische / Mehr Produkte aus dem Ausland, in: *Süddeutsche Zeitung*, (2007), 38, 15. Februar, S. 19.

- Röhr, A./Lüddecke, K./Drusch, S./Müller, M. J./Alvensleben, R. von (2005), Food Quality and Safety - Consumer Perception an Public Health Concern, in: Food Control, 16 (2005), 8, S. 649-655.
- Rößl, D. (1990), Die Entwicklung eines Bezugsrahmens und seine Stellung im Forschungsprozeß, in: Journal für Betriebswirtschaft, 40 (1990), 2, S. 99-110.
- Rogler, S. (2002), Risikomanagement im Industriebetrieb: Analyse von Beschaffungs-, Produktions- und Absatzrisiken, Wiesbaden 2002.
- Roland Berger Strategy Consultants (2004), Global Footprint Design: Die Spielregeln der internationalen Wertschöpfung beherrschen, München 2004.
- Rometsch, M. (2008), Organisations- und Netzwerkidentität: Systemische Perspektiven, Wiesbaden 2008.
- Rosada, M. (1990), Kundendienststrategien im Automobilsektor, Berlin 1990.
- Rosbach, B. (2004), Sehnsucht nach Sicherheit, in: Lebensmittel Zeitung Spezial, (2004), 4, S. 6.
- Roselius, T. L. (1969), An Exploratory Investigation of Buyer Attitude Towards Eleven Methods of Relieving Buyer's Perception of Five Kinds of Buying Risks, Dissertation der University of Colorado, Colorado 1969.
- Ross, D. F. (1997), Competing Through Supply Chain Management: Creating Market-Winning Strategies Through Supply Chain Partnerships, Boston et al. 1997.
- Rotering, J. (1993), Zwischenbetriebliche Kooperation als alternative Organisationsform: Ein transaktionskostentheoretischer Erklärungsansatz, Stuttgart 1993.
- Rudberg, M. (2004), Linking Competitive Priorities and Manufacturing Networks: A Manufacturing Strategy Perspective, in: International Journal of Manufacturing, Technology and Management, 6 (2004), 1/2, S. 55-80.
- Rudolph, B. (1998), Kundenzufriedenheit im Industriegüterbereich, Wiesbaden 1998.
- Sabel, C. F./Kern, H./Herrigel, G. (1991), Kooperative Produktion: Neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Endfertigern und Zulieferern in der Automobilindustrie und die Neuordnung der Firma, in: Mendius, G. H./Weneling-Schröder, U. (Hrsg.), Zulieferer im Netz: Neustrukturierung der Logistik am Beispiel der Automobilzulieferung, Köln 1991, S. 203-227.
- Safizadeh, M. H./Ritzman, L. P./Mallick, D. (2000), Revisiting Alternative Theoretical Paradigms in Manufacturing Strategy, in: Production and Operations Management, 9 (2000), 2, S. 111-127.

- Sage, C. (2003), Social Embeddedness and Relations of Regard: Alternative “Good Food” Networks in South-West Ireland, in: *Journal of Rural Studies*, 19 (2003), 1, S. 47-60.
- Sanchez, R./Heene, A. (1996), A Systems View of the Firm in Competence-based Competition, in: Sanchez, R./Heene, A., Thomas, H. (Hrsg.), *Dynamics of Competence-based Competition: Theory and Practice in the New Strategic Management*, Oxford 1996, S. 39-62.
- Sanchez, R./Heene, A./Thomas, H. (1996), Introduction: Towards the Theory and Practice of Competence-Based Competition, in: Sanchez, R./Heene, A./Thomas, H. (Hrsg.), *Dynamics of Competence-Based Competition - Theory and Practice in the New Strategic Management*, Oxford et al. 1996, S. 1-35.
- Sandig, C. (1962), *Der Ruf der Unternehmung: Wesen und betriebswirtschaftliche Bedeutung*, Stuttgart 1962.
- Sarkis, J./Talluri, S. (2002), A Model for Strategic Supplier Selection, in: *The Journal of Supply Chain Management*, 38 (2002), 1, S. 18-28.
- Sattler, H./Hensel-Börner, S./Krüger, B. (2001), Die Abhängigkeit der Validität von Conjoint-Studien von demographischen Probanden-Charakteristika: Neue empirische Befunde, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 71 (2001), 7, S. 771-787.
- Schäfer, C. (2001), Prozessorientiertes Zeitmanagement: Konzeption und Anwendung am Beispiel industrieller Beschaffungsprozesse, Lohmar et al. (2001).
- Schaefer, K. (2006), *Branchenimages als Determinanten der Markenprofilierung*, Wiesbaden 2006.
- Schanz, G. (1977), Jenseits von Empirismus₁: Eine Perspektive für die betriebswirtschaftliche Forschung, in: Köhler R. (Hrsg.), *Empirische und handlungstheoretische Forschungskonzeption in der Betriebswirtschaftslehre: Bericht über die Tagung in Aachen, März 1976*, Stuttgart 1977, S. 65-84.
- Schary, P. B. (1998), Strategic Dimensions of the Supply Chain, in: *Transport Logistics*, 1 (1998), 3, S. 155-166.
- Schary, P./Skjøtt-Larsen, T. (2001), *Managing the Global Supply Chain*, 2. Aufl., Kopenhagen 2001.
- Scheer, A.-W./Angeli, R. (2002), Management dynamischer Unternehmensnetzwerke, in: Busch, A./Dangelmaier, W. (Hrsg.), *Integriertes Supply Chain Management - Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse*, Wiesbaden 2002, S. 363-384.

- Scherer, A. G. (2002), Kritik der Organisation oder Organisation der Kritik? - Wissens-theoretische Bemerkungen zum kritischen Umgang mit Organisationstheorien, in: Kieser, A. (Hrsg.), Organisationstheorien, 5. Aufl., Stuttgart 2002, S. 1-37.
- Scherm, E. (1996), Outsourcing - Ein komplexes, mehrstufiges Entscheidungsproblem, in: Zeitschrift für Planung, 7 (1996), 1, S. 45-60.
- Schiebel, W. (2005), Qualitätssignale und Qualitätserwartungen aus der Sicht der Verbraucher, in: Darnhofer, I./Pöchtrager, S./Schmid, E. (Hrsg.), Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie, Band 15, Wien 2005, S. 27-38.
- Schlüchtermann, J. (1995), Planung in zeitlich offenen Entscheidungsfeldern, Wiesbaden 1995.
- Schmenner, R. W./Swink, M. L. (1998), On Theory in Operations Management, in: Journal of Operations Management, 17 (1998), 1, S. 97-113.
- Schmenner, R. W./Vastag, G. (2006), Revisiting the Theory of Production Competence: Extensions and Cross-Validations, in: Journal of Operations Management, 24 (2006), 6, S. 893-909.
- Schmidt, S. (1990), Wir verstehen und doch? Von der Unwahrscheinlichkeit gelingender Kommunikation, in: Funkkolleg Medien und Kommunikation: Konstruktionen von Wirklichkeit, Studienbrief I, Basel und Weinheim 1990.
- Schmitt, A. (1951), Vergleich von Selbsterstellung und Fremdbezug, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, 3 (1951), S. 550-557.
- Schneeweiß, C. (2002), Einführung in die Produktionswirtschaft, 8. Aufl., Berlin et al. 2002.
- Schneeweiß, C. (2004), Aufbruch zu welchen Ufern? Bemerkungen zu Dyckhoff's „Neukonzeption der Produktionstheorie“, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 74 (2004), 5, S. 499-506.
- Schneeweiß, C./Kühn, M. (1990), Zur Definition und gegenseitigen Abgrenzung der Begriffe Flexibilität, Elastizität und Robustheit, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 42 (1990), 5, S. 378-395.
- Schneider, D. (1997), Betriebswirtschaftslehre - Band 3: Theorie der Unternehmung, München und Wien 1997.
- Schneider, M.C. (2004), Teilweise ausgeliefert, in: Capital, 43 (2004), 11, S. 52-57.
- Schnetzler, M. J. (2005), Kohärente Strategien im Supply Chain Management: Eine Methodik zur Entwicklung und Implementierung von Supply Chain-Strategien, Dissertation der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich, Zürich 2005.

- Schnetzler, M./Schönsleben, P. (2005), Nötiger "Fit" von Supply Chain und Unternehmenszielen, in: *IO New Management*, 74 (2005), 3, S. 16-20.
- Schnetzler, M./Sennheiser, A./Schönsleben, P. (2007), A Decomposition-Based Approach for the Development of a Supply Chain Strategy, in: *International Journal of Production Economics*, 105 (2007), 1, S. 21-42.
- Schönberger, W. (2007), Die Analyse der Wertschöpfungskette Schweinefleisch unter den Aspekten des Supply Chain Management, Dissertation der Technischen Universität München, München 2007.
- Schönsleben, P. (2007), *Integral Logistics Management: Operations and Supply Chain Management in Comprehensive Value-Added Networks*, 3. Aufl., Boca Raton und New York 2007.
- Scholz, C. (1988), Strategische Stimmigkeit: Probleme und Lösungsvorschläge, in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 17 (1998), 9, S. 445-450.
- Scholz-Reiter, B./Jakobza, J. (1999), SCM - Überblick und Konzeption, in: *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 36 (1999), 207, S. 7-15.
- Schreyögg, G./Kliesch, M. (2004), Wie dynamisch können Organisationale Kompetenzen sein?, in: von den Eichen, S. A. F./Hinterhuber, H. H./Matzler, K., Stahl, H. K. (2004), *Entwicklungslinien des Kompetenzmanagements*, Wiesbaden 2004, S. 3-20.
- Schroeder, R. G./Anderson, J. C./Cleveland, G. (1986), The Content of Manufacturing Strategy: An Empirical Study, in: *Journal of Operations Management*, 6 (1986), 4, S. 405-415.
- Schubert, B. (1991), *Entwicklung von Konzepten für Produktinnovationen mittels Conjointanalyse*, Stuttgart 1991.
- Schütz, A./Luckmann, T. (1979), *Strukturen der Lebenswelt*, Band 1, Frankfurt a.M. 1979.
- Schulte, C. (1995), Komplexitätsmanagement, in: Corsten, H./Reiß, M. (Hrsg.), *Handbuch der Unternehmensführung*, Wiesbaden 1995, S. 757-765.
- Schulz, E. (2002), Überblick zur Guten Herstellungspraxis in der Lebensmittelwirtschaft, in: Meier, J. (2002), *Gläserne Produktion in der Lebensmittelherstellung: Beitrag zum Verbraucherschutz oder Scheinsicherheit?*, Beiträge im Rahmen des 8. Symposiums zur Lebensmitteltechnologie in Neubrandenburg, Band 5, Friedland 2002, S. 18-25.
- Schumann, J. (1987), Die Unternehmung als ökonomische Institution, in: *Das Wirtschaftsstudium*, 16 (1987), 4, S. 212-218.
- Schumann, J., Meyer, U./Ströbele, W. (1999), *Grundzüge der mikroökonomischen Theorie*, 7. Aufl., Berlin et al. 1999.

- Schuy, A. (1989), Risiko-Management, Frankfurt a. M. 1989.
- Schweiger, G./Mazanec, J./Wiegele, O. (1976), Das Modell des „erlebten Risikos“ - Struktur und Operationalisierungskonzepte, in: Der Markt, Zeitschrift für Absatzwirtschaft und Marketing, 15 (1976), 60, S. 93-102.
- Schweiger, S. (2005), Outsourcing industrieller Wertschöpfung - Gefahr droht immer, in: Beschaffung Aktuell, (2005), 4, S. 34-37.
- Sebastian, K. H./Maessen, A. (2004), Optionen im strategischen Preismanagement, in: Diller, H./Herrmann, A. (Hrsg.), Handbuch Preispolitik: Strategien, Planung, Organisation, Umsetzung, Wiesbaden 2003, S. 49-68.
- Seidler, H. H. (2002), Unternehmensrechnung in Hochschulen, in: Küpper, H.-U./Wagenhofer, A. (Hrsg.), Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling, 4. Aufl., Stuttgart 2002, Sp. 684-693.
- Seisreiner, A. (1999), Management unternehmerischer Handlungspotentiale, Wiesbaden 1999.
- Selinski, H. (1997), Kompetenztransfer im Messewesen - dargestellt anhand von Ausstellerkooperationen, in: Strothmann, K. H. (Hrsg.), Kompetenztransfer im Investitionsgütermarketing, Wiesbaden 1997, S. 171-193.
- Seldin, E./Olhager, J. (2007), Linking Products with Supply Chains: Testing Fisher's Model, in: Supply Chain Management: An International Journal, 12 (2007), 1, S. 42-51.
- Sellhorn, T. (2000), Ansätze zur bilanziellen Behandlung des Goodwill im Rahmen einer kapitalmarktorientierten Rechnungslegung, in: Der Betrieb, 53 (2000), 18, S. 885-892
- Selznick, P. (1957), Leadership in Administration, New York und Tokio 1957.
- Sengupta, K./Heiser, D. R./Cook, L. S. (2006), Manufacturing and Service Supply Chain Performance: A Comparative Analysis, in: The Journal of Supply Chain Management, 42 (2006), 4, S. 4-15.
- Seuring, S. (2001), Supply Chain Costing - Kostenmanagement in der Wertschöpfungskette mit Target Costing und Prozesskostenrechnung, Oldenburg und München 2001.
- Seuring, S. (2003), Strategic Supply Chain Management - From Focused Factories to Focused Supply Chains, in: Seuring, S./Müller, M./Goldbach, M./Schneidewind, U. (Hrsg.), Strategy and Organization in Supply Chains, Heidelberg 2003, S. 181-196.
- Sheu, C./Laughlin, J. L. (1996), Integrating marketing and manufacturing functions through focused manufacturing design, in: Integrated Manufacturing Systems, 7 (1996), 6, S. 16-23.

- Shi, Y./Gregory, M./Naylor, M. (1997), International Manufacturing Configuration Map: A Self-Assessment Tool of International Manufacturing Capability, in: *Integrated Manufacturing Systems*, 8 (1997), 5, S. 273-282.
- Shi, Y./Gregory, M. (1998), International Manufacturing Networks - to Develop Global Competitive Capabilities, in: *Journal of Operations Management*, 16 (1998), 2/3, S. 195-214.
- Shoemaker, P. J. H. (1992), How to Link Strategic Vision To Core Capabilities, in: *Sloan Management Review*, 34 (1992), 1, S. 67-81.
- Sila, I./Ebrahimpour, M./Birkholz, C. (2006), Quality in Supply Chains: An Empirical Analysis, in: *Supply Chain Management: An International Journal*, 11 (2006), 6, S. 491-502.
- Silberer, G. (1981), Das Informationsverhalten des Konsumenten beim Kaufentscheid - Ein analytisch-theoretischer Bezugsrahmen, in: Raffée, H./Silberer, G. (Hrsg.), *Informationsverhalten des Konsumenten: Ergebnisse empirischer Studien*, Wiesbaden 1981, S. 27-60.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2000), *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*, Boston et al. 2000.
- Simon, H. (1985), *Goodwill und Marketingstrategie*, Wiesbaden 1985.
- Simon, H. (1988), Management strategischer Wettbewerbsvorteile, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 58 (1988), 4, S. 461-480.
- Simonovich, D./Malinkovich, V. (2003), Ubiquität entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette, in: *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 40 (2003), 229, S. 33-41.
- Skaggs, B. C./Snow, C. C. (2004), The Strategic Signaling of Capabilities by Service Firms in Different Information Asymmetry Environments, in: *Strategic Organization*, 2 (2004), 3, S. 271-291.
- Skiera, B./Gensler, S. (2002a), Berechnung von Nutzenfunktionen und Marktsimulationen mit Hilfe der Conjoint-Analyse (Teil I), in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 31 (2002), 4, S. 200-206.
- Skiera, B./Gensler, S. (2002b), Berechnung von Nutzenfunktionen und Marktsimulationen mit Hilfe der Conjoint-Analyse (Teil 2), in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 31 (2002), 5, S. 258-263.
- Skinner, W. (1969), Manufacturing - Missing Link in Corporate Strategy, in: *Harvard Business Review*, 47 (1969), 3, S. 136-145.
- Skinner, W. (1974), Focused Factory, in: *Harvard Business Review*, 52 (1974), 3, S. 114-121.

- Skinner, W. (1986), The Productivity Paradox, in: Harvard Business Review, 64 (1986), 4, S. 55-59.
- Skinner, W. (1992), Missing the Links in Manufacturing Strategy, in: Voss, C. A. (Hrsg.), Manufacturing Strategy: Process and Content, London 1996, S. 15-24.
- Snow, C. C./Hrebiniak, L. G. (1980), Strategic Distinctive Competence, and Organizational Performance, in: Administrative Science Quarterly, 25 (1980), 2, S. 317-335.
- Specht, D./Kahmann, J. (2000), Regelung kooperativer Tätigkeiten in virtuellen Unternehmen, in: Albach, H./Specht, D./Wildemann, H. (Hrsg.), Virtuelle Unternehmen, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, (2000), Ergänzungsheft 2, S. 55-73.
- Speer, J. K. (2004), Retail Supply Chain Visibility: Top 10 Solutions, in: Apparel, 45 (2004), Nr. 9, S. 28-33.
- Spence, M. (1973), Job Market Signaling, in: Quarterly Journal of Economics, 87 (1973), 3, S. 355-374.
- Spence, M. (1974), Market Signals: Informational Transfer in Hiring and Related Screening Processes, Cambridge MA 1974.
- Spence, M. (1976), Informational Aspects of Market Structure - An Introduction, in: Quarterly Journal of Economics, 90 (1976), 4, S. 591-597.
- Spiller, A. (1996), Ökologieorientierte Produktpolitik: Forschung, Medienberichte und Marktsignale, Marburg 1996.
- Spremann, K. (1985), The Singaling of Quality by Reputation, in: Feichtinger, G. (Hrsg.), Optimal Cotnrol Theory and Economic Analysis 2, Amsterdam 1985, S. 235-252.
- Spremann, K. (1988), Reputation, Garantie, Information, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 58 (1988), 5/6, S. 613-629.
- Spremann, K. (1990), Asymmetrische Information, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 60 (1990), 5/6, S. 561-586.
- Staber, U. (1999), Steuerung von Unternehmensnetzwerken: Organisationstheoretische Perspektiven und soziale Mechanismen, in: Sydow, J./Windeler, A. (Hrsg.), Steuerung von Netzwerken: Konzepte und Praktiken, Opladen 1999, S. 58-87.
- Staehele, W. H. (1999), Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, 8. Aufl., München 1999.
- Stäudel, T. (1987), Problemlösen, Kompetenz und Emotion: Die Überprüfung eines integrativen Konstrukts, Regensburg 1987.
- Stäudel, T. (1988a), Der Kompetenzfragebogen, in: Diagnostica, 34 (1988), 2, S. 136-148.

- Stäudel, T. (1988b), Kompetenz, in: Brüderl, L. (Hrsg.), Theorien und Methoden der Bewältigungsforschung, Weinheim und München 1988, S. 129-138.
- Stahl, H. K. (1996), Beziehungskompetenz, in: Hinterhuber, H. H. (Hrsg.), Das neue strategische Management - Elemente und Perspektiven einer zukunftsorientierten Unternehmensführung, Wiesbaden 1996, S. 217-244.
- Stahl, H. K. (2000), Die Bedeutung des mittleren Managements für den Aufbau organisationaler Kompetenz, in: Hammann, P./Freiling, J. (Hrsg.), Die Ressourcen- und Kompetenzperspektive des Strategischen Management, Wiesbaden 2000, S. 411-437.
- Stallmeier, C. (1993), Die Bedeutung der Datenerhebungsmethode und des Untersuchungsdesigns für die Ergebnisstabilität der Conjoint-Analyse, Regensburg 1993.
- Stanley, L./Fawcett, S. E./Smith, S. R. (1996), Production Capability in International Operations: The Impact of Planning and Information Support, in: Journal of Managerial Issues, 8 (1996), 4, S. 440-456.
- Stark, H. (1994), Single Sourcing und Lieferantenselektion, in: Thexis, 11 (1994), 1, S. 46-50.
- Statistisches Bundesamt (2007), Umsatzsteuerstatistik 2006, auf den Internetseiten des Statistischen Bundesamts <http://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur.vollanzeige.csp&ID102140>, Abruf am 28. Juni 2007.
- Statistisches Bundesamt (2008), Konsumausgaben privater Haushalte nach Verwendungszweck, auf den Internetseiten des Statistischen Bundesamts <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/VolkswirtschaftlicheGesamtrechnungen/Inlandsprodukt/Tabellen/Content75/KonsumausgabenVerwendung,templateId=renderPrint.psml>, Abruf am 19. Juni 2008.
- Stauss, B. (1999), Kundenzufriedenheit, in: Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis, 21 (1999), 1, S. 5-24.
- Steenkamp, J.-B. E. M. (1989), Product Quality. An Investigation into the Concept and how it is Perceived by Consumers, Assen et al. 1989.
- Steinaecker, J. von/Kühner, M. (2001), Supply Chain Management: Revolution: Revolution oder Modewort?, in: Lawrenz, O./Hildebrand, K./Nenninger, M./Hillek, T. (Hrsg.), Supply Chain Management: Konzepte, Erfahrungsberichte und Strategien auf dem Weg zu digitalen Wertschöpfungsnetzwerken, 2. Aufl., Braunschweig et al. 2001, S. 39-70.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2005), Management: Grundlagen der Unternehmensführung - Konzepte - Funktionen - Fallstudien, 6. Aufl., Wiesbaden 2005.

- Stevens, G. C. (1989), Integrating the Supply Chain, in: *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 19 (1989), 8, S. 3-8.
- Steven, M., Krüger, R. (2002), Advanced Planning Systems: Grundlagen, Funktionalitäten, Anwendungen, in: Busch, A., Dangelmaier, W. (Hrsg.), *Integriertes Supply Chain Management - Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse*, Wiesbaden 2002, S. 169 – 186.
- Stewens, M. (2005), *Gestaltung und Steuerung von Supply Chains*, Köln 2005.
- Steinaecker, J. von/Kühner, M. (2001), Supply Chain Management - Revolution oder Modewort?, in: Lawrenz, O./Hildebrandt, K./Nennlinger, M./Hillek, T. (Hrsg.), *Supply Chain Management: Konzepte, Erfahrungsberichte und Strategien auf dem Weg zu digitalen Wertschöpfungsnetzwerken*, Braunschweig und Wiesbaden 2001, S. 39-69.
- Stigler, G. J. (1961), The Economics of Information, in: *The Journal of Political Economy*, 69 (1961), 3, S. 213-225.
- Stiglitz, J. E. (1975), The Theory of "Screening," Education, and the Distribution of Income, in: *American Economic Review*, 65 (1975), 3, S. 283-300.
- Stock, R. (2002), Kundenorientierung auf individueller Ebene: Das Einstellungsverhaltens-Modell, in: *Die Betriebswirtschaft*, 62 (2002), 1, S. 59-76.
- Stölzle, W. (1999), *Industrial Relationships*, München et al. 1999.
- Stölzle, W./Karrer, M. (2004), Finanzielle Performance von Logistikkoperationen - Anforderungen und Messkonzepte, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), *Erfolgsfaktor Kooperation in der Logistik: Outsourcing - Beziehungsmanagement - Finanzielle Performance*, Berlin 2004, S. 167-194.
- Stokes, R. C. (1985), The Effects of Price, Package Design, and Brand Familiarity on Perceived Quality, in: Jacoby, J./Olson, J. C. (Hrsg.), *Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise*, Lexington MA 1985, S. 233-246.
- Stræte, E. P. (2004), Innovation and Changing 'World of Production': Case-Studies of Norwegian Dairies, in: *European Urban and Regional Studies*, 11 (2004), 3, S. 227-241.
- Strassner, M. (2005), *RFID im Supply Chain Management: Auswirkungen und Handlungsempfehlungen am Beispiel der Automobilindustrie*, Wiesbaden 2005.
- Strothmann, K.-H. (1997), Kompetenzmarketing für Investitionsgüter, in: Strothmann, K.-H. (Hrsg.), *Kompetenztransfer im Investitionsgütermarketing*, Wiesbaden 1997, S. 13-33.
- Sucky, E. (2004), *Koordination in Supply Chains - Spieltheoretischer Ansätze zur Ermittlung integrierter Bestell- und Produktionspolitiken*, Wiesbaden 2004.

- Supply-Chain Council (2008), Supply-Chain Operations Reference-model: SCOR Version 9.0 Overview, auf den Internetseiten des Supply-Chain Council <http://www.supply-chain.org/galleries/public-gallery/SCOR%209.0%Overview%20Booklet.pdf>, Abruf am 12. Juni 2008.
- Suter, A. (1995), Kernfähigkeiten aktiv managen - strategisch und operativ, in: *IO Management Zeitschrift*, 64 (1995), 4, S. 92-95.
- Swamidass, P. M. (1986), Manufacturing Strategy: Its Assessment and Practice, in: *Journal of Operations Management - Special Combined Issue*, 6 (1986), 4, S. 471-484.
- Swamidass, P. M./Darlow, N./Baines, T. (2001), Evolving Forms of Manufacturing Strategy Development: Evidence and Implications, in: *International Journal of Operations & Production Management*, 21 (2001), 10, S. 1289-1304.
- Swink, M./Hegarty, W. H. (1998), Core Manufacturing Capabilities and Their Links to Product Differentiation, in: *International Journal of Operations & Production Management*, 18 (1998), 4, S. 374-396.
- Sydow, J. (1992), *Strategische Netzwerke: Evolution und Organisation*, Wiesbaden 1992.
- Sydow, J. (2006), *Management von Netzwerkorganisationen: Zum Stand der Forschung*, in: Sydow, J. (Hrsg.), *Management von Netzwerkorganisationen*, 4. Aufl., Wiesbaden 2006, S. 387-472.
- Sydow, J./Duschek, S./Möllering, G./Rometsch, M. (2003), *Kompetenzentwicklung in Netzwerken*, Wiesbaden 2003.
- Sydow, J./Möllering, G. (2004), *Produktion in Netzwerken: Make, Buy & Cooperate*, München 2004.
- Sydow, J./Windeler, A. (1997), Komplexität und Reflexivität in Unternehmensnetzwerken, in: Ahlemeyer, H. W./Königswieser, R. (Hrsg.), *Komplexität managen*, Wiesbaden 1997, S. 147-162.
- Szymanski, D. M./Henard, D. H. (2001), Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence, in: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29 (2001), 1, S. 16-35.
- Tang, Z./Chen, R./Ji, X. (2005), An Innovation Process Model for Identifying Manufacturing Paradigms, in: *International Journal of Production Research*, 43 (2005), 13, S. 2725-2742.
- Taylor, F. D. (1911), *The Principles of Scientific Management*, New York und London 1911.
- Teece D. J./Pisano, G. (1994), The Dynamic Capabilities of Firms: An Introduction, in: *Industrial and Corporate Change*, 3 (1994), 3, S. 537-555.

- Teece, D. J./Pisona, G./Shuen, A. (1997a), Dynamic Capabilities and Strategic Management, in: Strategic Management Journal, 18 (1997), 7, S. 509-529.
- Teece, D. J./Pisona, G./Shuen, A. (1997b), Dynamic Capabilities and Strategic Management, in: Foss, N. (Hrsg.), Resources, Firms and Strategies, New York 1997, S. 268-283.
- Teubner, G. (1992), Die vielköpfige Hydra: Netzwerke als kollektive Akteure höherer Ordnung, in: Krohn, W./Küppers, G. (Hrsg.), Emergent: Die Entstehung von Ordnung, Organisation und Bedeutung, Frankfurt a.M. 1992, S. 189-216.
- Thomas, L. (1983), Der Einfluß von Kindern auf Produktpräferenzen ihrer Mütter, Berlin 1983.
- Thommen, J.-P. (1988), Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre, Bern und Stuttgart 1988.
- Thompson, G. F. (2003), Between Hierarchies & Markets: The Logic and Limits of Network Forms of Organization, New York 2003.
- Thompson, A. A. T./Strickland, A. J. (2003), Strategic Management: Concepts and Cases, 13. Aufl., Boston et al. 2003.
- Tscheulin, D. K./Blaimont, C. (1993), Die Abhängigkeit der Prognosegüte von Conjoint-Studien von demographischen Probanden-Charakteristika, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 63 (1993), 8, S. 839-847.
- Tsiotsou, R. (2006), The Role of Perceived Product Quality and Overall Satisfaction on Purchase Intentions, in: International Journal of Consumer Studies, 30 (2006), 2, S. 207-217.
- Tucker, F. G./Zivan, S. M./Camp, R. C. (1987), How to Measure Yourself Against the Best, in: Harvard Business Review, 65 (1987), 1, S. 8-10.
- Türk, K. (1989), Neuere Entwicklung in der Organisationsforschung, Stuttgart 1989.
- Ulrich, D./Lake, D. (1990), Organizational Capability: Competing from the Inside Out, New York et al. 1990.
- Ulrich, D./Smallwood, N. (2005), Aus Kompetenzen Kapital machen, in: Harvard Business Manager, 27 (2005), 6, S. 88-101.
- Ulrich, H. (1970), Die Unternehmung als produktives soziales System, 2. Aufl., Bern und Stuttgart 1970.
- Ullwer, H.-H. (1997), Kernkompetenzen versus Kompetenztransfer - Ein Widerspruch?, in: Strothmann, K.-H. (Hrsg.), Kompetenztransfer im Investitionsgütermarketing, Wiesbaden 1997.

- Upton, D. M./Macadam, S. E. (1997), Why (and How) to Take a Plant Tour, in: *Harvard Business Review*, 75 (1997), 5/6, S. 97-106.
- Vahrenkamp, K. (1991), *Verbraucherschutz bei asymmetrischer Information: Informationsökonomische Analyse verbraucherpolitischer Maßnahmen*, München 1991.
- Van Riel, C. B. M./Balmer, J. M. T. (1997), Corporate Identity: The Concept, its Measurement and Management, in: *European Journal of Marketing*, 31 (1997), 5/6, S. 340-355.
- Venkatraman, N./Camillus, J. (1984), Exploring the Concept of "Fit" in Strategic Management, in: *Academy of Management Review*, 9 (1984), 3, S. 513-525.
- Verbraucherzentrale Hamburg (2007), *Die Ausweise bitte! Lebensmittel aus aller Welt - Kennzeichnung lückenhaft und missverständlich: Eine Gemeinschaftsaktion der Verbraucherzentralen*, Hamburg 2007.
- Verma, R./Pullman, M. E. (1998), An Analysis of the Supplier Selection Process, in: *OMEGA The International Journal of Management Science*, 26 (1998), 6, S. 739-750.
- Vickery, S. K. (1991), A Theory of Production Competence Revisited, in: *Decision Sciences*, 22 (1991), 4, S. 635-643.
- Vickery, S. K./Droge, C./Markland, R. E. (1993), Production Competence and Business Strategy: Do They Affect Business Performance, in: *Decision Sciences*, 24 (1993), 2, S. 435-455.
- Vickery, S. K./Droge, C./Markland, R. E. (1994), Strategic Production Competence: Convergent, Discriminant, and Predictive Validity, in: *Production and Operations Management*, 3 (1994), 4, S. 308-318.
- Völckner, F./Sattler, H. (2005), Separating Negative and Positive Effects of Price with Choice-Based Conjoint Analyses, in: *Marketing Journal of Research and Management*, 1 (2005), 1, S. 5-13.
- Voeth, M./Rabe, M. (2004), Industriegütermarken, in: Bruhn, M. (Hrsg.), *Handbuch Markenartikel*, 2. Aufl., Wiesbaden 2004, S. 75-94.
- Vogt, J. (1997), *Vertrauen und Kontrolle in Transaktionen: Eine institutionenökonomische Analyse*, Wiesbaden 1997.
- Voss, C. A. (1996), *Manufacturing Strategy: Operations Strategy in a Global Context*, London 1996.
- Voswinkel, S. (1999), *Anerkennung und Reputation*, Duisburg 1999.
- Vriens, M. (1995), *Conjoint Analysis in Marketing: Developments in Stimulus Representation and Segmentation Methods*, Capelle a/d IJssel 1995.

- Wacker, J. G. (1996), A Theoretical Model of Manufacturing Lead Times and Their Relationships to a Manufacturing Goal Hierarchy, in: *Decision Sciences*, 27 (1996), 3, S. 483-517.
- Wagner, G. R. (1997), Das Marketing in umweltökonomischer Perspektive, in: Backhaus, K./Günter, B./Kleinaltenkamp, M./Plinke, W./Raffée, H. (Hrsg.), *Marktleistung und Wettbewerb: Strategische und operative Perspektive der marktorientierten Leistungsgestaltung*, Wiesbaden 1997, S. 143-171.
- Walker, G. (1988), Strategic Sourcing, Vertical Integration, and Transaction Costs, in: *Interfaces*, 18 (1988), 3, S. 62-73.
- Walsh, S./Linton, J. D. (2001), The Competence Pyramid: A Framework for Identifying and Analysing Firm and Industry Competence, in: *Technology Analysis & Strategic Management*, 13 (2001), 2, S. 165-177.
- Walter, A./Müller, T. A./Helfert, G./Ritter, T. (2003), Functions of Industrial Supplier Relationships and Their Impact on Relationship Quality, in: *Industrial Marketing Management*, 32 (2003), 2, S. 159-169.
- Wassermann, O. (2002), Die transparente Supply Chain. Notwendige Grundlage für das Chancenmanagement, in: Pfohl, H.-C. (Hrsg.), *Unternehmensführung und Logistik, Band 20: Risiko- und Chancenmanagement in der Supply Chain - proaktiv - ganzheitlich - nachhaltig*, Darmstadt 2002, S. 59-78.
- Watson, P./Curran, R./Murphy, A./Cowan, S. (2006), Cost Estimation of Machined Parts Within and Aerospace Supply Chain, in: *Concurrent Engineering: Research and Applications*, 14 (2006), 1, S. 17-26.
- Watts, D. C. H./Ilbery, B./Maye, D. (2005), Making Re-Connections in Agro-Food Geography: Alternative Systems of Food Provision, in: *Progress in Human Geography*, 29 (2005), 1, S. 22-40.
- Weber, C. A./Current, J. R./Benton, W. C. (1991), Vendor Selection Criteria and Methods, in: *European Journal of Operations Research*, 50 (1991), 1, S. 2-18.
- Weber, C. A./Current, J. R./Benton, W. C. (1993), A Multiobjective Approach to Vendor Selection, in: *European Journal of Operations Research*, 68 (1993), 2, S. 173-184.
- Weber, J. (2002), *Logistik- und Supply Chain Controlling*, 5. Aufl., Stuttgart 2002.
- Weber, J./Bacher, A./Groll, M. (2002), Supply Chain Controlling, in: Busch, A./Dangemaier, W. (Hrsg.), *Integriertes Supply Chain Management - Theorie und Praxis effektiver unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse*, Wiesbaden 2002, S. 145-166.

- Weber, J./Dehler, M./Wertz, B. (2000), Supply Chain Management und Logistik, in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium* 29 (2000), 5, S. 264-269.
- Weber, S. (2007), Dem Schinken auf der Spur: Bedford dokumentiert die Herkunft seiner Fleischspezialitäten im Internet und vertraut auf die Vertriebskraft der Metzgereien, in: *Süddeutsche Zeitung* (2007), 173, 30.07.2007, S. 18.
- Webster, F. E. Jr./Malter, A. J./Ganesan, S. (2005), The Decline and Dispersion of Marketing Competence, in: *MIT Sloan Management Review*, 47 (2005), 4, S. 35-43.
- Weiber, R./Adler, J. (1995), Informationsökonomisch begründete Typologisierung von Kaufprozessen, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 47 (1995), 1, S. 43-65.
- Weiber, R./Rosendahl, T. (1997), Anwendungsprobleme der Conjoint-Analyse: Die Eignung conjointanalytischer Untersuchungsansätze zur Abbildung realer Entscheidungsprozesse, in: *Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 19 (1997), 2, S. 107-118.
- Weiler, E. (1997), Prozeßorientierung an der Schnittstelle zwischen Qualitätsmanagement und Controlling, in: Kaminske, G. F./Ehrhart, K. J./Jacobi, H.-J./Pfeifer, T./Ritter, A./Zink, K. J. (1997), *Bausteine des innovativen Qualitätsmanagement: erfolgreiche Praxis in deutschen Unternehmen, München und Wien 1997*, S. 375-417.
- Weindlmaier, H. (2005), Qualitätsmanagementsysteme in der Ernährungswirtschaft: Beweggründe, Entwicklungen und Perspektiven, in: Darnhofer, I.; Pöchltrager, S.; Schmid, E. (Hrsg.), *Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie, Band 14, Wien 2005*, S. 7-26.
- Weinke, K. (1995), Lieferantenmanagement als Voraussetzung für Kundenzufriedenheit, in: Simon, H./Homburg, C. (Hrsg.), *Kundenzufriedenheit: Konzepte - Methoden - Erfahrungen, Wiesbaden 1995*, S. 75-89.
- Weiss, P. A. (1992), *Die Kompetenz von Systemanbietern: Ein neuer Ansatz im Marketing von Systemtechnologien, Berlin 1992*.
- Weizsäcker, C. C. von (1978), *Efficiency, The Invisible Hand, Information and Extrapolation, Manuskript Bonn 1978*.
- Werner, H. (2000), Supply Chain Management: Partnerschaft zwischen Lieferant und Kunde (I), in: *Das Wirtschaftsstudium*, 29 (2000), 6, S. 813-816.
- Westbrook, R./Williamson, P. (1993), Mass Customization: Japan's New Frontier, in: *European Management Journal*, 11 (1993), 1, S. 38-45.
- Westhaus, M./Seuring, S. (2007), SC Controlling - Konzeptioneller Gestaltungsrahmen der Produkt-Netzwerk-Matrix, in: *Supply Chain Management*, 9 (2007), 1, S. 7-13.

- Wheelwright, S. C. (1978), Reflecting Corporate Strategy in Manufacturing Decisions, in: *Business Horizons*, 21 (1978), 1, S. 57-66.
- Wheelwright, S. C. (1984), Manufacturing Strategy: Defining the Missing Link, in: *Strategic Management Journal*, 5 (1984), 1, S. 77-91.
- Wheelwright, S.C./Hayes, R.H. (1985), Competing through Manufacturing, in: *Harvard Business Review*, 63 (1985), 1, S. 99-109.
- Wildemann, H. (1992), Konzentration auf Kernprodukte oder breite Fertigungskompetenz: Eigenfertigung und Fremdbezug - neue Lösungen für eine klassische Fragestellung, in: *Blick durch die Wirtschaft*, 35 (1992), 153, S. 7.
- Wildemann, H. (1993), *Fertigungsstrategien*, München 1993.
- Wildemann, H. (1995), Kundennahe Produktion und Zulieferung - Empirische Bestandsaufnahme und aktuelle Tendenzen, in: Simon, H./Homburg, Ch. (Hrsg.), *Kundenzufriedenheit: Konzepte - Methoden - Erfahrungen*, Wiesbaden 1995, S. 91-120.
- Wildemann, H. (2004), Der Wertbeitrag der Produktion - Entwicklungspfade von Produktionssystemen, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 74 (2004), 4, S. 385-404.
- Wildemann, H. (2005a), Management leistungswirtschaftlicher Absatzrisiken, in: Keuper, F./Roelsing, D./Schomann, M. (Hrsg.), *Integriertes Risiko- und Ertragsmanagement*, Wiesbaden 2005, S. 71-95.
- Wildemann, H. (2005b), Wertorientierte Supply Chain Collaboration, in: Eßig, M. (Hrsg.), *Perspektiven des Supply Management: Konzepte und Anwendungen*, Berlin et al. 2005, S. 501-521.
- Wilding, R. (2003), The 3 „T“s of Highly Effective Supply Chains, in: *Supply Chain Practice*, 5 (2003), 3, S. 30-39.
- Wilke, H. (1995), *Systemtheorie III: Steuerungstheorie*, Stuttgart und Jena 1995.
- Williamson, O. E. (1990), *Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen*, Tübingen 1990.
- Willrodt, K. (2004), *Markenkompetenz: Konzeption und empirische Analyse im Industriegüterbereich*, Wiesbaden 2004.
- Winkler, H. (2005), *Konzept und Einsatzmöglichkeiten des Supply Chain Controlling am Beispiel einer virtuellen Supply Chain Organisation (VISCO)*, Wiesbaden 2005.
- Winter, S. G. (2003), Understanding Dynamic Capabilities, in: *Strategic Management Journal*, 24 (2003), 10, S. 991-995.
- Wirth, S. (2002), Wertschöpfung durch Kernkompetenz, in: Hossner, R. (Hrsg.), *Logistik Jahrbuch 2002*, Düsseldorf 2002, S. 21-26.

- Wirth, S./Baumann, A. (2001), Wertschöpfung durch vernetzte Kompetenz - Schlanke Kompetenzkooperation: Überlebensstrategie für kleine Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, München 2001.
- Wittmann, W. (1959), Unternehmung und unvollkommene Information, Köln 1959.
- Witzel, A. (1982), Verfahren der qualitativen Sozialforschung: Überblick und Alternativen, Frankfurt a.M. 1982.
- Wöhe, G., Döring, U. (2008), Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 23. Aufl., München 2008.
- Wolinsky, A. (1983), Prices as Signals of Product Quality, in: Review of Economic Studies, 50 (1983), 4, S. 647-658.
- Womack, J. P./Jones, D. T./Ross, D. (1990), The Machine that Changed the World, New York et al. 1990.
- Yin, R. K. (1991), Case Study Research: Design and Methods, Newbury Park/Calif. et al. 1991.
- Zäh, M. F./Neise, P./Suhoff, W. (2003), Make-or-Buy-Entscheidungen in der Produktion, Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb, 98 (2003), 7-8, S. 361-366.
- Zäpfel, G. (2000), Supply Chain Management, in: Baumgarten, H./Wiendahl, H. P./Zentes, J. (Hrsg.), Logistik-Management, Berlin et al. 2000, S. 1-32.
- Zäpfel, G./Piekarz, B. (1996), Supply Chain Controlling - Interaktive und dynamische Regelung der Material- und Warenflüsse, Wien 1996.
- Zaheer, A./Bell, G. G. (2005), Benefitting from Network Position: Firm Capabilities, Structural Holes, and Performance, in: Strategic Management Journal, 26 (2005), 9, S. 809-825.
- Zahn, E. (1994), Produktion als Wettbewerbsfaktor, in: Corsten, H. (Hrsg.) Handbuch Produktionsmanagement: Strategie - Führung - Technologie - Schnittstellen, Wiesbaden 1994, S. 241-258.
- Zaibet, L./Bredahl, M. (1997), Gains from ISO Certification in the UK Meat Sector, in: Agribusiness, 13 (1997), 4, S. 375-384.
- Zaltman, G./Coulter, R. H. (1995), Seeing the Voice of the Customer: Metaphor-Based Advertising Research, in: Journal of Advertising Research, 35 (1995), 4, S. 35-51.
- Zeithaml, V. (1988), Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, in: Journal of Marketing, 52 (1988), 3, S. S. 2-21.
- Zelbig, S. (2006), Controlling-Lexikon: Radio Frequency Identification (RFID), in: Controlling, 18 (2006), 1, S. 51-52.

- Zelewski, S. (2004), Forschungsprogramm der Produktionstheorie - Stellungnahmen zum ZfB-Beitrag von Herrn Univ.-Prof. Dr. Harald Dyckhoff: „Neukonzeption der Produktionstheorie“, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 74 (2004), 4, S. 487-497.
- Zerbini, F./Golfetto, F./Gibbert, M. (2007), Marketing of Competence: Exploring the Resource-based Content of Value-for-Customers Through a Case Study Analysis, in: Industrial Marketing Management, 36 (2007), 6, S. 784-798.
- Zikmund, W. G. (2003), Business Research Methods, 7. Aufl., Mason OH 2003.
- Zinn, W./Bowersox, D. (1988), Planning Physical Distribution with the Principle of Postponement, in: Journal of Business Logistics, 9 (1988), 2, S. 117-136
- ZMP (2001), ZMP-Marktbilanz Vieh und Fleisch 2001, Bonn 2001.
- ZMP (2002), BSE: Was bleibt hängen? Hat die BSE-Krise in Deutschland die Strukturen für Fleisch und Fleischwaren nachhaltig verändert?, Bonn 2002.
- Zollo, M./Winter, S. G. (2002), Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities, in: Organization Science, 13 (2002), 3, S. 339-351.
- Zott, C. (2003), Dynamic Capabilities and the Emergence of Intraindustry Differential Firm Performance: Insights from a Simulation Study, in: Strategic Management Journal, 24 (2003), 2, S. 97-125.
- Zundel, P. (1999), Management von Produktions-Netzwerken: Eine Konzeption auf Basis des Netzwerk-Prinzips, Wiesbaden 1999.

Normen, Gesetze, Richtlinien und Verordnungen

- DIN (1994), Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung DIN EN ISO 8402: Begriffe, Berlin 1994.
- DIN (2005), Managementsysteme für Lebensmittelsicherheit DIN EN ISO 22000:2005, Berlin 2005.
- DIN (2006), Qualitätsmanagement DIN EN ISO 9000ff.: Dokumentensammlung, Berlin et al. 2006.
- EK (1991), Verordnung (EG) Nr. 2092/91 des Rates vom 24. Juni 1991 über den ökologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel, Brüssel 1991.
- EK (1993), Richtlinie 93/43/EWG des Rates vom 14. Juni 1993 über Lebensmittelhygiene, Brüssel 1993.

- EK (1997), Verordnung (EG) Nr. 820/97 des Rates vom 21. April 1997 zur Einführung eines Systems zur Kennzeichnung und Registrierung von Rindern und über die Etikettierung von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen, Brüssel 1997.
- EK (1999), Verordnung (EG) Nr. 1804/1999 des Rates vom 19. Juli 1999 zur Einbeziehung der tierischen Erzeugung in den Geltungsbereich der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 über den ökologischen Landbau, Brüssel 1999.
- EK (2000), Verordnung (EG) Nr. 1760/2000 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. Juli 2000 zur Einführung eines Systems zur Kennzeichnung und Registrierung von Rindern und über die Etikettierung von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen sowie zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 820/97 des Rates, Brüssel 2000.
- EK (2002), Verordnung (EG) Nr. 178/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Januar 2002 zur Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts, zur Errichtung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren der Lebensmittelsicherheit, Brüssel 2002.
- LMKV (1999), Verordnung zur Änderung der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung und anderer lebensmittelrechtlicher Verordnungen, in: Bundesgesetzblatt (1999), 48, S. 2053-2058.
- KonTraG (1998), Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich, in: Bundesgesetzblatt (1998), 24, S. 786-794.
- VIG (2007), Gesetz zur Neuregelung des Rechts der Verbraucherinformation, in: Bundesgesetzblatt (2007), 56, S. 2256-2561.