

Das 3-Typen-Partnerschaftskonzept

Partnerworkshops für vertikal kooperierende Unternehmen in der Supply Chain

Das Konzept strukturiert die Geschäftsbeziehungen zwischen Lieferanten und Kunden, zwischen Lieferanten und Logistikdienstleistern sowie zwischen Logistikdienstleistern und Kunden.

Und so sollten Sie das 3-Typen-Partnerschaftskonzept nutzen:

- Erkunden Sie die Potenziale einer neuen Partnerschaft
- Analysieren Sie das Potenzial einer bestehenden Geschäftsbeziehung
- Finden Sie einen Weg aus festgefahrenen Preisverhandlungen zu Prozessoptimierung und gemeinsamem Erfolg durch Synergieeffekte
- Stellen Sie fest, welcher der drei Typen der Partnerschaft für Sie das beste Kosten-Nutzen-Verhältnis ergibt
- Diagnostizieren Sie die Zusammenarbeit in einer bestehenden Partnerschaft
- Beurteilen Sie rückwirkend das Beziehungsmanagement in einer Geschäftsbeziehung oder Partnerschaft

Im Buchhandel erhältlich:

3-Typen-Partnerschaftskonzept Partnerschaften in der Supply Chain entwickeln und implementieren

Douglas M. Lambert, A. Michael Knemeyer and John T. Gardner

Übersetzung: Dipl.-Pädagoge Jens Kohagen

ISBN: 978-3-00-029088-6

Selbstverlag Jens Kohagen, Frankfurt 2009, Euro 20,-

Original: Developing and Implementing Partnerships in the Supply Chain by Douglas M. Lambert, A. Michael Knemeyer and John T. Gardner, in: Lambert, Douglas M.: Supply Chain Management: Processes, Partnerships, Performance, Sarasota, Florida, ISBN: 0-9759949-1-3.

Kontaktaufnahme

Ich habe Interesse an weiteren Informationen über das 3-Typen-Partnerschaftskonzept und die Workshops.

Firma:

Verantwortungsbereich:

Vorname, Name:

Straße:

PLZ, Ort:

Tel.:

Email:

Bitte rufen Sie mich an.

Bitte schicken Sie mir die Broschüre „Partnerschaften in der Supply Chain entwickeln und implementieren“ (ca. 20,- Euro).

Ich möchte sofort die Broschüre als pdf-Datei haben (15,- Euro).

(Datum, Unterschrift)

Bitte schicken sie das ausgefüllte Formular an:

Dipl.-Päd. Jens Kohagen
Engelthaler Str. 40
60435 Frankfurt

Fax: 032 22 37 88 215

Tel: 069-24 24 71 79

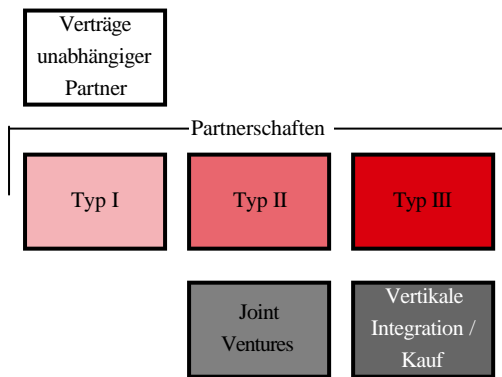
Email: Jens.Kohagen@t-online.de

<http://www.3-Typen-Partnerschaftskonzept.de>

Das 3-Typen-Partnerschaftskonzept

Das Konzept der Partnerworkshops wurde an der Ohio State University von Professor Lambert entwickelt und seit 1996 ständig verbessert.

Es geht davon aus, dass zwischen einer "normalen" auf Verträgen beruhenden Geschäftsbeziehung und einem Joint Venture drei Typen von Geschäfts-Partnerschaften möglich sind.



Welcher Typ der Partnerschaft für Sie die optimale Kosten-Nutzen-Relation hat, kann man relativ einfach in einem Workshop herausfinden.

In Deutschland gibt es das Konzept seit Anfang 2009. Es wurde bei Workshops mit Unternehmen des Lebensmittelhandels und Logistikdienstleistern erfolgreich eingesetzt.

Die drei Typen der Partnerschaft

Partnerschaft Typ I:

Die Unternehmen erkennen sich als Partner an und *koordinieren auf eingeschränkter Basis* ihre Planung und ihre Aktivitäten. Die Partnerschaft ist üblicherweise *zeitlich begrenzt* und umfasst typischerweise nur eine Abteilung oder *eine begrenzte Anzahl von Funktionen* in jedem Unternehmen.

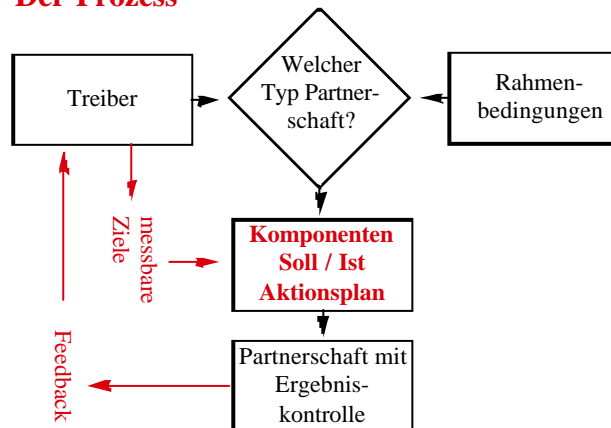
Partnerschaft Typ II:

Die Unternehmen gehen über die Koordination ihrer Aktivitäten hinaus und *integrieren* ihre Aktivitäten. Auch wenn die Partnerschaft nicht "für die Ewigkeit" geplant ist, ist man sich doch einig, dass sie *langfristig* bestehen soll. *Mehrere Abteilungen* und zahlreiche Funktionen sind beteiligt.

Partnerschaft Typ III:

Die Unternehmen *arbeiten gemeinsam* und in bedeutsamen Anteilen ihres jeweiligen Geschäfts mit integrierten Prozessen beider Unternehmen. Üblicherweise ist *kein Ende der Partnerschaft* abzusehen. Jedes Unternehmen begreift *das andere als Erweiterung des eigenen* Unternehmens.

Der Prozess



Der Workshop

Ablauf eines Workshops - erster Tag

- Ermittlung der "Treiber" in getrennten Arbeitsgruppen
- Formulierung messbarer Ziele und Abschätzen der Erfolgswahrscheinlichkeit
- Gegenseitige Präsentation der Treiber und Ziele
- Bewertung der Treiber und Ziele durch den potenziellen Partner
- "Social Event", beispielsweise gemeinsames Abendessen, und informelles Networking

Ablauf eines Workshops - zweiter Tag

- Gemeinsame Bewertung der Rahmenbedingungen
- Ermittlung des angemessenen Partnerschaftstyps aus den Treibern und den Rahmenbedingungen
- *Soll-Ist-Vergleich zwischen dem Ausprägungsgrad der Komponenten des angemessenen Partnerschaftstyps und der aktuellen Situation in der Geschäftsbeziehung*
- Ermittlung des Entwicklungspotenzials
- Erstellen eines Aktionsplans mit Aktionen, Zeitfenstern und Verantwortlichkeiten

Die Komponenten

Planung

- Stil
- Ausprägung
- Inhalt

Gemeinsame Kontrolle des Tagesgeschäfts

- Kontrollumfang
- Change Management

Kommunikation

- Spontane Kommunikation
- Routine Kommunikation**
- Organisation
- Balance
- EDV

Risiken und Erfolge

- Toleranzlevel bei kurzfristigen Misserfolgen
- Bereitschaft zur gegenseitigen Hilfeleistung
- Fairnessgrad

Treue und Vertrauen

- Treue
- Gegenseitiges Vertrauen auf Erfolg

Stil der Vereinbarungen

- Zeitrahmen
- Inhaltliche Reichweite

Umfang der Zusammenarbeit

- Anteil am Gesamtgeschäft
- Gemeinsame Wertschöpfung
- Einbeziehung erfolgskritischer Aktivitäten

Investitionen in die Partnerschaft

- Finanzen und Assets
- Technologie
- Personal