



**University of  
Zurich** <sup>UZH</sup>

## **Abstract**

Weltweit und in vielen Industrien lässt sich eine Zunahme der Wichtigkeit von Lieferanten feststellen. Handelt es sich bei dem Lieferanten um ein Start-up, sind die damit verbundene Identifizierung und der Auswahlprozess dieses Lieferanten mit einigen Herausforderungen verbunden. Durch die spezifische Charakteristik eines Start-ups weist die Entscheidung zum Sourcing von einem Start-up-Lieferanten nicht nur ein hohes Potenzial, sondern auch eine hohe Unsicherheit auf. Weitgehend unerforscht ist dabei die Dynamik zu Beginn der Beschaffung von einem Start-up.

Im Rahmen dieser Arbeit wurde der Anfangsprozess in einer Lieferantenbeziehung zwischen einer etablierten Firma und einem Start-up-Lieferanten untersucht. Mithilfe der Durchführung von sieben Interviews wurden sieben Käufer-Lieferanten-Dyaden vor dem Hintergrund der schweizerischen Automobilindustrie analysiert. Als Resultat konnten drei spezifische Phasen im Prozess zwischen dem ersten Kontakt mit und der ersten Lieferung von einem Start-up-Lieferanten identifiziert werden. Im Weiteren wurden für den Fall eines Start-up-Lieferanten zahlreiche Eigenheiten und Unterschiede zu dem Fall eines etablierten Lieferanten festgestellt.