

Vorwort

Am 16. Januar 2002 vollendet Herr *Universitätsprofessor Dr. rer. pol. Klaus Barth* sein 65. Lebensjahr. Seit über drei Jahrzehnten widmet sich der Jubilar mit großem Engagement und Erfolg der Weiterentwicklung der Handelswissenschaft und des Marketing. Dabei ist ihm der Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis bzw. die Anwendungsorientierung seiner Forschung seit jeher ein besonderes Anliegen, dem er durch zahlreiche Kontakte zu Unternehmungen des Handels sowie der Konsum- und Investitionsgüterindustrie Rechnung trägt. Seine außerordentliche Schaffenskraft wird nicht zuletzt an seinem beeindruckenden wissenschaftlichen Werk mit über 120 Veröffentlichungen aus einem breiten Spektrum an Forschungsbereichen deutlich.

Als Schüler des Kölner Handelsforschers Edmund Sundhoff liegt dem Jubilar bereits seit den sechziger Jahren die wissenschaftliche Fundierung von Handelswissenschaft und Handelsbetriebslehre besonders am Herzen. Wie seinem mittlerweile in der vierten Auflage erschienenen Lehrbuch „Betriebswirtschaftslehre des Handels“ zu entnehmen ist, versteht er die Handelsbetriebslehre als wirtschaftszweigspezifische Konkretisierung der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Diese Sichtweise verhindert eine enge, lediglich auf die Absatzfunktion des Handelsbetriebes gerichtete Betrachtung und liefert einen geeigneten Strukturierungsansatz für die Unternehmungsführung im Handel, wie sie von Klaus Barth 1975 in seiner Habilitationsschrift erstmalig dokumentiert wurde.

Im handelswissenschaftlichen Werk von Klaus Barth lassen sich neben der Behandlung einer Vielzahl von Einzelproblemen drei Schwerpunktbereiche erkennen.

Der erste Forschungsbereich bezieht sich auf Fragen der Unternehmungsführung im Handel und die damit verbundenen Führungsfunktionen Planung, Organisation und Kontrolle. Bereits in den sechziger und siebziger Jahren beschäftigte sich der Jubilar mit wesentlichen Teilbereichen einer Controllingkonzeption, indem er eine detaillierte Analyse des führungstechnischen Instrumentariums von Handelsbetrieben vornahm und sich hierbei insbesondere mit der Planung und Kontrolle sowie der Bedeutung von Informationssystemen zur Optimierung betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse auseinandersetzte. Im Jahre 1973 widmete er sich u.a. den neuerlich unter dem Aspekt des Category Management wieder aktuell diskutierten Problemen handelsbetrieblicher Aufbauorganisationen.

Einen zweiten Schwerpunkt seiner Forschungsaktivitäten bilden seit den achtziger Jahren ordnungspolitische Aspekte des Handelsmarketing und der Vertikalbeziehung zwischen Industrie und Handel. Hierbei stehen u.a. nach wie vor aktuelle betriebswirtschaftliche Fragen der Abgrenzung relevanter Handelsmärkte, der Durchführbarkeit von Verwendungskontrollen in Cash & Carry-Märkten sowie Probleme der Nachfrage-machtkontrolle und der Konzentration im Handel im Vordergrund der Überlegungen.

Im dritten Schwerpunktbereich wendet sich Klaus Barth Gestaltungsfragen der Handelsbetriebsführung unter entscheidungsorientierten Aspekten zu. Eine besondere Gewichtung haben hierbei die Sortiments- und Kommunikationspolitik. Die bereits im Jahre 1980 erfolgte Buchveröffentlichung „Rentable Sortimente im Handel“ konnte zu dieser Zeit als richtungsweisend für eine moderne kennzahlengestützte Sortimentssteuerung angesehen werden und liefert bis heute eine Vielzahl innovativer Ansatzpunkte zur Förderung der Artikelrentabilität in Handelsbetrieben. Im Jahre 1986 erfolgte die Präsentation eines wissenschaftlich fundierten Entscheidungsmodells für die Aufnahme von Artikeln in das Handelssortiment, welches den Anstoß für weitere Forschungsaktivitäten auf diesem Gebiet der Sortimentspolitik gab. In jüngerer Zeit setzt er sich u.a. mit der Frage einer zielgruppenspezifischen bzw. bedarfsverbundorientierten Sortimentssteuerung im Rahmen des Mikromarketing auseinander. Studiert man das umfangreiche Schriftenverzeichnis, so zeigt sich, dass sich der Jubilar insbesondere auch den Problemen der Werbung intensiv zugewandt hat. So wurden bis heute teilweise kontrovers diskutierte Werbestrategien im Rahmen des Internationalen Marketing von ihm mit der Entwicklung eines Modells zur internationalen Werbestrategiewahl bereits 1987 sehr früh thematisiert. Nicht zuletzt werden auch die im Zuge des Informationszeitalters möglichen Informations- und Kommunikationstechnologien in seinen Arbeiten diskutiert.

Die Breite seiner Forschungsinteressen kommt aber auch in Büchern und Fachaufsätzen zu speziellen Fragen der Betriebswirtschaftslehre und des Marketing zum Ausdruck, deren umfassende Würdigung den Rahmen an dieser Stelle sprengen würde. So sei nur beispielsweise auf die Diskussion von Efficient Consumer Response-Konzepten hingewiesen, im Rahmen derer sich Klaus Barth mit den konfliktären Verhältnissen zwischen Industrie- und Handelsunternehmen bzw. möglichen Wertschöpfungspotenzialen innerhalb der Wertschöpfungskette beschäftigt. Offenheit für neue Problemstellungen und uneingeschränktes Interesse an vielfältigen Forschungsthemen bestätigen zudem u.a. seine neueren Veröffentlichungen zum Hotel-Marketing, zur Logistik, zum Global-Account-Marketing, zum Personal Development oder zum internationalen Beschaffungsmarketing.

Die Beiträge in der vorliegenden Festschrift sind Klaus Barth zum 65. Geburtstag von langjährigen Freunden, Weggefährten, Kollegen und Schülern als Ausdruck ihrer Wertschätzung und Verbundenheit gewidmet. Ähnlich dem Arbeitsgebiet des zu Ehrenden sind auch die Themen der Festschrift unter dem aktuellen Leitgedanken „Der Handel im Informationszeitalter“ breit angelegt. Sie reichen von Informationssystemen im Handel über die Bedeutung des Electronic Commerce für den funktionalen und institutionalen Handel bis hin zu Entwicklungsperspektiven im Handelsmarketing.

Allen Autoren aus Wissenschaft und Praxis sei an dieser Stelle für ihr Engagement und ihre hohe Fachkompetenz, die sie in ihren jeweiligen Beiträgen unter Beweis gestellt haben, von den Herausgebern herzlichst gedankt. Ihrem Mitwirken, zu dem sie sich ohne Zögern bereit erklärt haben, ist es zu verdanken, dass letztlich ein umfangreiches und eindrucksvolles Werk zum Ehrentag von Klaus Barth entstanden ist.

Die Realisierung dieser Festschrift war aber nicht nur durch die Beiträge der Autoren möglich. Unser besonderer Dank gilt darüber hinaus vor allem den Sponsoren. Die Droege & Comp. AG Internationale Unternehmer-Beratung, die Gummiwerke Fulda GmbH, die Aus- und Fortbildung der Henkel KGaA sowie das Ressort Bildung der Bayer AG haben jeweils durch eine großzügige Spende das Entstehen dieser Schrift ermöglicht.

Unser spezieller Dank gilt zudem Frau Ingeborg Kaliski, der langjährigen Sekretärin von Professor Dr. Klaus Barth, die durch eine professionelle Unterstützung bei der Erstellung der Druckvorlage neben ihrem Tagesgeschäft an dieser Festschrift mitgewirkt hat. Für die Begleitung und Veröffentlichung dieses Werkes danken wir nicht zuletzt Frau Barbara Roscher sowie Frau Jutta Hinrichsen vom Gabler Verlag.

Möge die vorliegende Festschrift Professor Dr. Klaus Barth viel Freude bei der Lektüre bereiten und als Dokument höchster Wertschätzung seiner Person dienen. Alle Autoren hoffen auf viele weitere Jahre ungebrochener Schaffenskraft und Kreativität des Jubilars.

MICHAELA HARTMANN
DIRK MÖHLENBRUCH

Geleitwort

Prof. Dr. Klaus Barth vollendet am 16. Januar 2002 sein 65. Lebensjahr. Zu diesem Anlass widmen Freunde, Kollegen und Schüler ihm die vorliegende Festschrift.

Klaus Barth begann seine wissenschaftliche Laufbahn mit dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Hochschule Aachen und der Universität zu Köln, welches er 1962 mit dem akademischen Grad eines Diplom-Kaufmanns abschloss. Anschließend war er als Assistent des Dekans der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln beschäftigt und promovierte bereits im Jahre 1965 mit 28 Jahren zum Dr. rer. pol. Es folgte eine dreijährige Tätigkeit als wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Besondere des Handels. Von 1972 bis 1974 war Klaus Barth Referent am Institut für Distributionsforschung der Universität zu Köln. Im Jahre 1975 habilitierte er sich dann mit einer Arbeit zur Systematischen Unternehmungsführung in Klein- und Mittelbetrieben im Einzelhandel. Nach seiner Habilitation blieb er als Diätendozent und Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln, bis er im Jahre 1982 die Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Handelsbetriebslehre, an der Philipps-Universität Marburg übernahm. Von dort wurde er im Jahre 1989 an die Universität Innsbruck gerufen. Er lehnte den Ruf ab und wurde im gleichen Jahr Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Absatz und Handel, an der Gerhard-Mercator-Universität in Duisburg, welchen er trotz eines Rufes zurück an die Philipps-Universität Marburg im Jahre 1992 bis heute innehat. Hier ist neben seinem hohen wissenschaftlichen auch sein hochschulpolitisches Engagement zu würdigen. So war er u.a. Vorsitzender des Prüfungsausschusses und des Promotionsausschusses, Mitglied des Konvents und vielfach an Berufungs- und Habilitationskommissionen beteiligt.

Klaus Barth hat die Ergebnisse seiner jahrzehntelangen Forschungsarbeit in zahlreichen Veröffentlichungen niedergelegt. Mit weit über 100 wissenschaftlichen Aufsätzen und zahlreichen Buchveröffentlichungen, wovon das Standardwerk „Betriebswirtschaftslehre des Handels“ bereits in der 4. Auflage erscheint, hat er stets den Erkenntnisstand der Betriebswirtschaftslehre vorangetrieben. Darüber hinaus ist er Mitherausgeber der Schriften für Handelsforschung sowie der Duisburger Betriebswirtschaftlichen Schriften und Mitglied in mehreren wissenschaftlichen Gesellschaften.

Seine intensiven Kontakte zu internationalen Handelsbetrieben und Konzernen der Konsum- und Investitionsgüterindustrie unterschiedlichster Branchen, die häufig seinen Rat suchen, tragen dazu bei, dass er sein Fach nicht nur wissenschaftlich aufs Eingehendste ergründet, sondern dabei die Probleme der Praxis in den Fokus seiner Analysen stellt und durch seine wissenschaftlichen Forschungsarbeiten stets auch Antworten auf die aktuellen Fragen des Handels findet.

Bei einem solchen Umfang wissenschaftlicher Arbeit ist es verständlich, dass Kollegen, Freunde und Schüler dem Jubilar zu seinem 65. Geburtstag nicht nur die besten Wünsche zukommen lassen, sondern seine wissenschaftlichen Leistungen mit Beiträgen aus eigenen Arbeitsergebnissen würdigen möchten. Es ist mir eine besondere Freude, ihm als Kollegen und in freundschaftlicher Verbundenheit auf diesem Wege meine Hochachtung auszusprechen und für die stets so konstruktive Zusammenarbeit an der Gerhard-Mercator-Universität zu danken.

PROF. DR. BERND ROLFES
Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft
Gerhard-Mercator-Universität Duisburg

Vita

Prof. Dr. Klaus Barth

16. Januar 1937 geboren in Solingen
- 1957 - 1962 Studium der Betriebswirtschaftslehre an der TH Aachen und der Universität zu Köln
- 1965 Promotion zum Dr. rer. pol. an der Universität zu Köln
- 1963 – 1966 Assistent des Dekans der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln
- 1967 – 1971 Wissenschaftlicher Assistent am Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Besondere des Handels
- 1972 – 1974 Referent am Institut für Distributionsforschung der Universität zu Köln
- 1975 Habilitation
- 1975 – 1981 Diätendozent und Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln
- 1982 – 1989 Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Handelsbetriebslehre, an der Philipps-Universität Marburg
- 1989 Ablehnung eines Rufes an die Universität Innsbruck auf die Lehrkanzel für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Absatz und Handel
- seit 1989 Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Absatz und Handel, sowie Vorstandsmitglied des Instituts für strategische Unternehmensführung in der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg
- 1992 Ablehnung eines Rufes an die Philipps-Universität Marburg auf den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel

Lehr- und Forschungsschwerpunkte

Unternehmensführung im Handel sowie Marketing

Veröffentlichungen

Mehr als 120 Veröffentlichungen zu Problemen der handelsbetrieblichen Unternehmensführung sowie des Marketing in Büchern, Sammelwerken und Fachzeitschriften; Mitherausgeber der Schriften für Handelsforschung sowie der Duisburger Betriebswirtschaftlichen Schriften

Mitgliedschaften

Mitglied in zahlreichen wissenschaftlichen Gesellschaften; Gutachter- und Beratungstätigkeiten sowie Personal Development in zahlreichen Handelskonzernen und internationalen Konzernen der Konsum- und Investitionsgüterindustrie