

Geleitwort

Frau Wilsdorf-Köhler untersucht in ihrer Dissertationsschrift das strategische Potential von Systemangeboten, also von komplementären Produkten und Dienstleistungen, die im Bündel ein Kundenbedürfnis im Vergleich zum Einzelangebot in überlegener Weise befriedigen. Anlass zu dieser Untersuchung gab ein empirisches Pilotprojekt zur Absatzförderung bei mittelständischen Unternehmen in Sachsen. Die Autorin stellte fest, dass Systemangebote zwar in der Praxis auf reges Kundeninteresse stießen, die Literatur zum strategischen Management im Hinblick auf die Strategieempfehlung „Systemangebot“ jedoch wenig aussagefähig war. Dieser Forschungslücke nimmt sich die Autorin in der vorgelegten Schrift an. Dazu nutzt sie drei theoretische Perspektiven, die gleichzeitig wichtige Gegenstandsgebiete des strategischen Managements abdecken.

Auf der Grundlage des maßgeblich von Porter geprägten marktorientierten Ansatzes geht die Autorin der Frage nach, wie sich ein Unternehmen über Systemangebote innerhalb der Branche positionieren kann. Mit Hilfe des ressourcenorientierten Ansatzes wird diskutiert, inwieweit Systemangebote durch den Aufbau singulären Know-hows nachhaltige Wettbewerbsvorteile ermöglichen. Auf der Grundlage transaktionskostentheoretischer Überlegungen werden schließlich Richtlinien einer organisatorischen Einbindung einzelner Systemkomponenten skizziert.

Nach meinem Eindruck kann die Arbeit gerade durch ihre fundierte theorienpluralistische Herangehensweise die wissenschaftliche Diskussion über Systemangebote im Konsumgüterbereich erheblich bereichern. Gleichzeitig kann sie Praktikern aus Marketing und Handel, die eine derartige Strategie in Erwägung ziehen, wertvolle Grundlagen für eine Potentialabschätzung im konkreten Einzelfall bieten. Ich wünsche der Arbeit daher eine rege Nachfrage.

Prof. Dr. Egon Franck