

GELEITWORT

Das deutsche Gesundheitswesen befindet sich seit mehreren Jahren in einem Wandel, der wesentlich durch ökonomische Zwänge getrieben wird. Gleichzeitig eröffnen neuartige Informations- und Kommunikationstechnologien Perspektiven, die sich z.B. in der Verwirklichung von Telemedizin und elektronischen Patientenakten niederschlagen könnten. Frau Oppel verknüpft in ihrer Untersuchung beide für das Gesundheitswesen höchst relevante Dimensionen, indem sie die Beschaffungspolitik von Krankenhäusern – als Quelle für Effizienzsteigerungspotential – und elektronische B2B-Marktplätze – als Spielart innovativer Informationstechnologie – miteinander verknüpft.

Der Autorin geht es im Kern um die Beantwortung folgender Fragen:

- Inwiefern beeinflusst die Beschaffungssituation die Nutzung und die Gestaltung elektronischer B2B-Marktplätze?
- Prägen Krankenhausspezifika Nutzung und Gestaltung von elektronischen B2B-Marktplätzen?
- Welche Auswirkungen sind mit der Nutzung elektronischer B2B-Marktplätze auf die Beziehungen zwischen Krankenhäusern und deren Lieferanten zu erwarten?

Diese Fragen werden zunächst in den State of the art von Forschung und Praxis eingebunden und dann mittels einschlägiger Theorien vertieft. Insgesamt werden 37 Hypothesen zu den drei Fragestellungen formuliert, die mittels einer breit angelegten empirischen Untersuchung geprüft werden. Aus der Fülle an wertvollen Erkenntnissen erscheinen beispielhaft folgende erwähnenswert:

- Die Adoption eines elektronischen B2B-Marktplatzes läßt sich bei großen Krankenhäusern relativ gut mittels der Kriterien Profit Center-Steuerung und Wunsch nach EDI-Verbindungen mit Lieferanten vorhersagen. Für kleinere Häuser sind dagegen die Internet-Nutzung und hohe Beschaffungskompetenz der Einkaufsabteilung geeignete Prädiktoren.
- Die Nutzung elektronischer B2B-Marktplätze zur Informationsbeschaffung hat eher einen negativen, aber nicht signifikanten Einfluß auf die Beziehung zu

Lieferanten. Die Nutzung zur Transaktionsabwicklung wirkt sich demgegenüber in allen Bereichen des Geschäftsbeziehungsmanagements positiv aus. Möglicherweise kann dieser Befund durch einen vorübergehenden Lock in-Effekt oder eine Veränderung des Interaktionsniveaus begründet sein.

Die Verfasserin gibt in ihren Ausführungen jedoch nicht nur klare Antworten auf die fokussierten Forschungsfragen, sondern leitet zugleich eine ganze Reihe von Handlungsempfehlungen für die betriebliche Praxis ab. Lieferanten, Krankenhäuser und Betreiber von elektronischen B2B-Marktplätzen können daher aus der vorliegenden Studie in starkem Maße profitieren.

Angesichts der sicherlich anhaltenden Debatte im Health Care-Sektor ist dieser Schrift eine große Verbreitung zu wünschen.

Univ.-Prof. Dr. Michael Lingenfelder