

Geleitwort

Kooperative Unternehmensnetzwerke verkörpern die weltweit am stärksten wachsende Organisationsform für unternehmerische Aktivitäten sowohl im Business to Consumer-Bereich als auch im Business to Business-Bereich. Die bekanntesten Beispiele sind Franchisesysteme, Gewerbliche Verbundgruppen und vertragliche Vertriebssysteme zwischen Industrie und Handel, die in der Praxis ihre Ausgestaltung in Form von Vertragshändler-, Shop-in-Shop-, Lizenz- und Depotsystemen finden. Neuerdings gewinnen Systemdienstleistungs- und Service-Netzwerke auf gesellschaftsvertraglicher Grundlage (z.B. als Aktiengesellschaft konfiguriert), ferner Efficient Consumer Response (ECR)-Wertschöpfungspartnerschaften und die so genannten Virtuellen Netze für zu restrukturierende Wertketten an Bedeutung.

Unter den differenten Unternehmenskooperationen erweisen sich offenbar diejenigen als besonders erfolgreich, die über ein professionelles Netzwerkmanagement verfügen. Sie kennzeichnen sich durch eine spezifische Form der Koordination verteilter Aktivitäten bei der Erstellung und Vermarktung eines Leistungsangebots für die Nachfrager. Ihr Erfolgspotenzial besteht darin, dass sie marktliche und hierarchische Steuerungskomponenten sinnvoll kombinieren: Unternehmensnetzwerke mit Systemkopf verbinden das Prinzip der Kooperation zwischen eigenständig handelnden Akteuren mit den Vorteilen einer systematischen Steuerung durch eine Managementzentrale.

Ein erstes Anwendungsfeld für Unternehmensnetzwerke sind räumlich verteilte Aktivitäten: Die geografisch verstreut angesiedelten Nachfrager, seien es Konsumenten, gewerbliche Abnehmer oder seien es institutionelle Haushalte, erwarten eine individuelle Betreuung durch räumlich nahe, stationäre Leistungsanbieter. Für das kundennahe, flexible Agieren 'vor Ort' sind hoch motivierte Unternehmer mit hoher Eigenständigkeit prädestiniert, die jedoch durch effizient gesteuerte Hintergrundsysteme entlastet werden.

Ein zweites Anwendungsfeld sind sachlich verteilte Aktivitäten arbeitsteilig operierender Unternehmungen, die gemeinsam eine komplexe, z. B. aus differenten Waren, Service-, Handwerks- und/ oder Dienstleistungen zusammengesetzte Problemlösung für den Verbraucher anbieten. Im Idealfall ist die Arbeitsteilung derart konfiguriert, dass jeder Netzakteur diejenigen Aufgaben übernimmt, die er vergleichsweise am besten beherrscht.

Ein weiteres Anwendungsfeld sind parallele, miteinander konkurrierende Aktivitäten, die durch Kartellierung in monopolähnliche Leistungsangebote überführt werden sollen. Unternehmensnetzwerke dieses Typs gehören allerdings nicht zum Gegenstand der vorliegenden Schriftenreihe.

Die in der vorliegenden Reihe publizierten Forschungsarbeiten entstehen überwiegend aus einer engen Kooperation zwischen Wissenschaft und Praxis. Sie sollen theoretisch vorgebildeten Praktikern in Bezug auf den oben angesprochenen Restrukturierungsprozess Hilfestellung leisten, indem mit einzelnen Beiträgen die **Grundzüge einer Theorie des Netzwerkmanagements** erarbeitet werden. Hierbei werden im Wesentlichen vier Forschungslinien verfolgt:

(1) Institutionelle Aspekte von Unternehmensnetzwerken

Arbeiten innerhalb dieses Forschungsfeldes beschäftigen sich mit Fragen der typologischen Erfassung und Explikation von Netzwerken. Realtypen von Netzwerkarrangements sollen identifiziert und deren Entstehung und Entwicklung erklärt werden. Vorgelagert sind Netzwerke kontextabhängig zu definieren sowie Netzwerkphänotypen zu charakterisieren.

(2) Managementkonzeptionen zur Führung von Unternehmensnetzwerken

Auf die jeweiligen Typen von Netzwerkarrangements rekurrierend, versuchen Arbeiten dieses Bereiches, geeignete Managementkonzeptionen für die differenten Erscheinungsformen von Netzwerken zu identifizieren und zu konstruieren. Induktiv sollen dabei die Managementkonzepte vermeintlich vorbildlich betriebener Netzwerke im Rahmen eines Benchmarking identifiziert und analysiert sowie deduktiv idealtypische Managementkonzepte für differente Netzwerkausprägungen abgeleitet werden.

(3) Controlling, Evaluation und Zertifizierung von und in Unternehmensnetzwerken

In diesem Bereich sind Arbeiten angesiedelt, die anhand unterschiedlicher Kriterien und aus verschiedenen Betrachtungsperspektiven die Performance (z. B. in Form der Effizienz oder Effektivität) von Unternehmenskooperationen beurteilen und bewerten.

(4) Benchmarking von Unternehmensnetzwerken

Die Arbeiten im Bereich des Benchmarking sind überwiegend empirisch und international ausgerichtet. In Form von Studien, die zugleich die Erfolgsfaktorenforschung integrieren, wird – neben der Identifikation vorbildlicher Netzwerk-(Teil-)Konzeptionen und deren Erfolgsursachen – herausgearbeitet, ob im Ländervergleich unterschiedliche Evolutionsstadien von Netzwerkarrangements auszumachen und zu erklären sind. Mit Blick auf die Übertragbarkeit sowie Verbreitung exzellenter Netzwerkpraktiken sollen potenzielle Anwendungsbarrieren identifiziert werden, die eine Expansion beeinträchtigen könnten.

Die Reihe „Unternehmenskooperation und Netzwerkmanagement“ wurde durch das Team in der festen Überzeugung initiiert, dass im Systemwettbewerb den hybriden Systemen, die den kundenindividuellen, flexiblen Marktauftritt der Netzakteure im Front-End-Bereich (Unternehmertum 'vor Ort') mit einer zentralisierten, effizienzorientierten Gestaltung und Steuerung des Back-End-Bereichs (Ausschöpfung der neuesten Technologien) verbinden, die Zukunft der Güterdistribution gehört.

Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich die Arbeit von Heiner Evanschitzky mit der umfassenden Erklärung des Erfolgs von Dienstleistungsnetzwerken. Der Autor erweitert damit die Ergebnisse der zahlreichen Arbeiten, die sich mit dem Erfolg von Unternehmen beschäftigen, um relevante netzwerkspezifische Aspekte. Die zentrale Aussage ist dabei wie folgt: Um den Erfolg von Dienstleistungsnetzwerken möglichst umfassend erklären zu können, bedarf es einer Integration der drei wesentlichen Theorien über nachhaltige Wettbewerbsvorteile: der Ressourcentheorie, der Industrieökonomischen Theorie sowie der Theorie der Marktorientierung.

Um diese Botschaft schlüssig belegen zu können, wird zunächst das Analyseobjekt „Dienstleistungsnetzwerke“ auf Grund eines noch nicht etablierten Begriffsverständnisses definiert und systematisiert. Eine Beschränkung der Systematisierungsaspekte auf die wesentlichen drei Merkmale von Dienstleistungsnetzwerken, „Dienstleistungskomplexität“, „Steuerung bzw. Führung des Netzwerks“ und „Ressourcenabhängigkeit“, bietet einen guten Kompromiss zwischen dem wissenschaftlichen Anspruch auf Vollständigkeit und dem praktischen Anspruch auf Umsetzbarkeit, d. h. auf die Möglichkeit, eine überschaubare Anzahl von Typen zu bilden.

Aufbauend auf drei theoretischen Ansätzen, dem Ressourcenansatz, dem Ansatz der Industrial Organization und dem Ansatz der Marktorientierung (von Netzwerken), stellt der Autor Hypothesen bezüglich des ökonomischen Erfolgs und dessen Voraussetzungen auf. Es wird dabei auf die Schwierigkeit eines einheitlichen Verständnisses des (insbesondere für das Strategische Management zentralen) Konstrukts „Erfolg“ sowohl in der Wissenschaft als auch in der Praxis eingegangen. Deswegen wird zunächst die „direkte“ Erfolgsmessung betrachtet. Inhaltlichen und forschungsökonomischen Überlegungen führen zur Bildung von fünf Modellen zur direkten Erfolgsmessung. Im weiteren Verlauf der Arbeit werden die drei wesentlichen Ansätze zur Erklärung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile, also Ressourcenansatz, Industrieökonomischer Ansatz und Ansatz der Marktorientierung in den gemeinsamen Rahmen des Netzwerkmarketings zur indirekten Erfolgsmessung integriert.

Anschließend werden die im Rahmen des Gesamtmodells des Netzwerkmarketings sowie seiner auf den drei Theorieansätzen basierenden Teilmodelle aufgestellten hypothetischen Beziehungen zwischen Ressourcen, Marktpositionierung sowie Marktorientierung und nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen mittels einer unter realen Dienstleis-

tungsnetzwerken durchgeführten Untersuchung empirisch überprüft. Diese Untersuchung ist die erste ihrer Art, da bisher keine Arbeit zur empirischen Überprüfung des Erfolgs von Dienstleistungsnetzwerken vorliegt. Der Autor verwendet zur Überprüfung der theoretisch fundierten Hypothesen Strukturgleichungsmodelle. Die Schwächen dieser Modelle sowie die jüngsten Entwicklungen im Bereich der statistischen Methoden werden dargestellt und lassen die gefundenen Ergebnisse als valide und reliabel erscheinen. Neben der Tatsache, dass die drei Teilmodelle nicht verworfen werden können, zeigt insbesondere die Analyse der indirekten Effekte zwischen den Konstrukten, dass auch aus empirischer Sicht eine Integration der Teilmodelle in ein Gesamtmodell sinnvoll erscheint. Zur Abrundung dieser Analysen bietet der Autor einige ausgewählte Modelle zur Ableitung von Handlungsempfehlungen für das Management von Dienstleistungsnetzwerken.

Die Reihe Unternehmenskooperation und Netzwerkmanagement wird durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen eines Projektes zu Unternehmensnetzwerken des tertiären Sektors sowie durch das Internationale Centrum für Franchising & Cooperation (F&C) an der Universität Münster gefördert. Diesen Institutionen, ihren Trägern und Mitarbeitern sowie dem Deutschen Universitäts-Verlag danken die Herausgeber für das vielfältige Engagement.

Münster, im Oktober 2003

Prof. Dr. Dieter Ahlert
Prof. Dr. Utho Creusen
Prof. Dr. Thomas Ehrmann
Prof. Dr. Günter Olesch