

## Geleitwort der Herausgeber

Kooperative Unternehmensnetzwerke sind eine neue Organisationsform für unternehmerische Aktivitäten im Consumer-Bereich als auch im Business-Bereich. Beispiele sind Franchisesysteme, Gewerkschaftssysteme zwischen Industrie und Handel sowie die neue Form von Vertragshändler-, Shop-in-Shop- und Joint-Venture-Neuerdings gewinnen Systemdienstleistungen auf vertraglicher Grundlage (z. B. Efficient Consumer Response (ECR)) an Bedeutung. So genannte Virtuellen Netze für zu restr...

Unter den verschiedenen Unternehmenstypen sind Kooperative als besonders erfolgreich, die über Jahrzehnte hinweg existieren. Sie kennzeichnen sich durch intensive Aktivitäten bei der Erstellung und Vermarktung von Produkten für den Nachfrager. Ihr Erfolgspotenzial besteht darin, die verschiedenen Steuerungskomponenten sinnvoll zu integrieren. Ein Netzwerk verbindet das Prinzip der Kooperations- und den Akteuren mit den Vorteilen einer dezentralen, netzentralem.

Ein erstes Anwendungsfeld für Unternehmensnetzwerke sind Einzelhandelsaktivitäten: Die geografisch verstreut angeordneten Einzelhandels-gewerbliche Abnehmer oder seien Einzelhandelsbetriebe durch räumlich nahestehende, flexible Agieren „vor Ort“ für den Kunden genständigkei prädestiniert, die jedes Unternehmen entlastet werden.

Ein zweites Anwendungsfeld sind Kooperative von kleineren Unternehmen, die gemeinsamen Service-, Handwerks- und/oder Dienstleistungen für den Verbraucher anbieten. Ein Netzwerk garantiert, dass jeder Netzakteur diejenige Leistung am besten beherrscht.

Ein weiteres Anwendungsfeld sind Kooperative von Unternehmen, die durch Kartellierung in monopolähnlichen Märkten existieren. Unternehmensnetzwerke dieser Art sind ein Thema der vorliegenden Schriftenreihe.

Die in der vorliegenden Reihe publizierte gend aus einer engen Kooperation zwischen theoretisch vorgebildeten Praktikern in B strukturierungsprozess Hilfestellung leist **Grundzüge einer Theorie des Netzwerk** werden im Wesentlichen vier Forschungslinien

#### **(1) Institutionelle Aspekte von Unternehmensnetzwerken**

Arbeiten innerhalb dieses Forschungsfeldes sollen die systematische Erfassung und Explikation von Netzwerkregimenten sollen identifiziert und deren Entwicklungsvorgelagert sind Netzwerke kontextabhängig zu charakterisieren.

#### **(2) Managementkonzeptionen zur Führung von Unternehmensnetzwerken**

Auf die jeweiligen Typen von Netzwerkarrangements dieses Bereiches, geeignete Managementkonzeptionsformen von Netzwerken zu identifizieren sollen dabei die Managementkonzeptionen von Netzwerken im Rahmen eines Benchmarking identifizieren typische Managementkonzeptionen für unterschiedliche Unternehmensnetzwerke.

#### **(3) Controlling, Evaluation und Zertifizierung von Unternehmensnetzwerken**

In diesem Bereich sind Arbeiten angesiedelt, die die Effizienz und aus verschiedenen Betrachtungsperspektiven (z. B. der Effizienz oder Effektivität) von Unternehmensnetzwerken bewerten.

#### **(4) Benchmarking von Unternehmensnetzwerken**

Die Arbeiten im Bereich des Benchmarking sind vornehmlich auf die Identifikation von Erfolgsursachen ausgerichtet. In Form von Studien, die die Erfolgsursachen integrieren, wird – neben der Identifikation von Erfolgsursachen und deren Erfolgsursachen – herausgearbeitet, welche Evolutionsstadien von Unternehmensnetzwerken zu beobachten sind.

---

sind. Mit Blick auf die Übertragbarkeiten sollen potenzielle Anwendungsbauelemente beeinträchtigen könnten.

Die Reihe „Unternehmenskooperation Team in der festen Überzeugung initiieren Systemen, die den kundenindividuellen Front-End-Bereich (Unternehmertum) unterstützen Gestaltung und Steuerung des Unternehmens (Technologien) verbinden, die Zukunft

Die Arbeit von André Salfeld beschäftigt sich mit dem Netzwerkmanagements: der Kompetenz. Die Kompetenz ist abhängig von dem Vorhandensein von Kompetenzen. Der Vortrag der Kompetenz zum Aufbau von Netzwerken, die die Betriebstypenmarke ein exzellentes Netzwerk dar.

Vor diesem Hintergrund liefert diese Forschung im Allgemeinen und für die Forschung im Besonderen. Es wird für die Entwicklung von Netzwerken auf- und auszubauen sind. Schlüssel bildet den Kern der Betriebstypenmarke. Die Kompetenzstruktur und die Kompetenz wird die Kompetenzstruktur und die Kompetenz theoretisch herausgearbeitet und empirisch überprüft.

Für Netzwerke ergeben sich aus der Analyse Konsequenzen hinsichtlich eines kompetenzorientierten Netzwerkes. Zum einen sind auf der Ebene des Betriebstypenmarktes die Teilkompetenzen, wie z. B. die Service- und Kommunikationskompetenz der Netzwerkpartners auszurichten. Zum anderen ist die Aufgabe, die Betriebstypenmarke insbesondere die Wohlfühl-/Kommunikationskompetenz der Netzwerkpartner in der lokalen Konkurrenz abzugrenzen und zu stärken. Salfeld erhält somit das Netzwerkmanagement als zentralen Baustein für die Entwicklung eines kompetenzorientierten Netzwerkes der Betriebstypenmarke.

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