

## 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 Selektivvertriebssysteme zwischen Industrie und Handel, hier insbesondere Vertragshändler-, Shop-in-Shop-, Lizenz- und Depotsysteme. 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 zunehmend 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. Horizontale Unternehmensnetzwerke dieses Typs gehören allerdings nicht zu den hier betrachteten Unternehmenskooperationen.

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 praxisorientierten 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 der Funktionsweise von Netzwerken. Realtypen von Netzwerkarrangements sollen identifiziert und deren Entstehung und Entwicklung erklärt werden. Dabei wird auch die Konversion von Netzwerken – von einer eher dezentralen hin zu einer eher zentralen Steuerung – als Antwort auf veränderte Marktbedingungen eingehenden Analysen unterzogen. Vorgelagert sind Netzwerke kontextabhängig zu definieren sowie Netzwerkphänotypen zu charakterisieren.

**(2) 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.

**(3) Managementkonzeptionen zur Führung von Unternehmensnetzwerken**

Arbeiten dieses Bereiches sollen zur Gestaltung geeigneter Managementkonzeptionen für die differenten Erscheinungsformen von Netzwerken beitragen. Im Mittelpunkt stehen der wertorientierte Managementansatz, das integrierte Markenmanagement, das Customer Value Management, das Customer Relationship Management, das Customer Trust Management und das Customer Satisfaction Management. Induktiv sollen dabei die Managementkonzepte (vermeintlich) vorbildlich betriebener Netzwerke im Rahmen des Benchmarking (vgl. Punkt 2) identifiziert und analysiert sowie deduktiv idealtypische Managementkonzeptionen für differente Netzwerkausprägungen abgeleitet werden.

#### **(4) 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.

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.

Die vorliegende Arbeit von Julian Steiff befasst sich mit einem der größten Probleme bei der Bewertung von Netzwerken: Dem Opportunismus der Netzwerkteilnehmer.

Die Arbeit ist somit der vierten Forschungslinie zuzurechnen und greift einen Sachverhalt auf, der für die Bewertung von Netzwerken von zentraler Bedeutung ist. Nicht nur Wissenschaftler, sondern auch Praktiker betrachten das Problem des Opportunismus als eine wesentliche Determinante des langfristigen Bestands und Erfolgs einer Unternehmung. Zahlreiche Beispiele in der Wirtschaft belegen immer wieder, welche Gefahren durch den Opportunismus von Netzwerkteilnehmern auftreten können. Trotz des daraus resultierenden Bedarfs an theoretisch fundierten und zugleich praktikablen Ansätzen zur Bewertung ist das Phänomen des Opportunismus in diesem Zusammenhang kaum untersucht worden.

Vor diesem Hintergrund besteht das Anliegen von Julian Steiff darin, einen theoriegeleiteten Erklärungsansatz zur Reduzierung von beidseitigem Opportunismus in Franchisesystemen zu entwickeln und empirisch zu belegen, um daraus Aussagen zur Bewertung abzuleiten.

Die Ergebnisse der nationalen branchenunabhängigen Untersuchung machen deutlich, dass insbesondere kommunikative Maßnahmen, die beiden Seiten ermöglichen, ihre Wünsche und Erfahrungen auszutauschen sowie objektive Informationen zu erlangen, ein höherer Beitrag zur Reduzierung von Opportunismus beizumessen ist als reinen Kontroll- oder Strafmaßnahmen. Es wurde durch die vorliegende Untersuchung allerdings auch deutlich, dass auf Kontroll- und Strafmaßnahmen letztendlich nicht verzichtet werden kann.

Mit seinem Werk gelingt es Julian Steiff, eine im Rahmen der Bewertung von Franchisesystemen klaffende Forschungslücke zu schließen. Diese Arbeit kann als richtungsweisend für weitere Untersuchungen gewürdigt werden.

Die Reihe Unternehmenskooperation und Netzwerkmanagement wird durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen eines Projektes zum internationalen Benchmarking von Unternehmensnetzwerken des tertiären Sektors sowie durch das Internationale Centrum für Franchising & Cooperation (F&C) an der Universität Münster gefördert. Diesen Institutionen, aber insbesondere auch dem Deutschen Franchise-Verband (DFV) sowie dem Deutschen Universitäts-Verlag danken die Herausgeber für das vielfältige Engagement.

Münster, im Mai 2004

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