

## Geleitwort

Gerade im Industriegütergeschäft haben die technologischen Möglichkeiten neuer Medien dazu geführt, dass Entwicklungen wie Globalisierung, Commoditization oder Marktmachtverschiebungen verstärkt oder beschleunigt wurden. In der wissenschaftlichen, Theorie-geprägten Literatur zu Effekten Internet-basierter Absatzwege wird dabei postuliert, dass neue Medien und Kanäle zu sinkenden Transaktionskosten, fallenden Preisen, geringeren Kosten der Koordination ökonomischer Aktivitäten sowie zu einer Gefährdung traditioneller Absatzmittler („Disintermediation“) führen. Allerdings basieren diese theoretischen Beiträge grundsätzlich auf sehr speziellen Prämissen oder beschränken sich auf eng fokussierte Teilaspekte. Eine Integration dieser theoretischen Modelle und Überlegungen in ein Gesamtmodell zur Wirkung Internet-basierter Absatzwege auf Geschäftsbeziehungen im Industriegüterbereich liegt bisher nicht vor. Fallweise empirische Betrachtungen zeigen nun, dass die theoretisch erwarteten Entwicklungen in der postulierten Eindeutigkeit nicht zu beobachten sind. Allerdings ist an den vorliegenden empirischen Studien zu bemängeln, dass diese kaum durch wissenschaftliche Stringenz gekennzeichnet sind, nur ausgewählte Aspekte der Auswirkungen von Internet-basierten Absatzwegen auf Geschäftsbeziehungen untersucht wurden und zudem ganz überwiegend das Endkundengeschäft betrachtet wurde.

Vor diesem Hintergrund verfolgt Herr Lichtenau in seiner Arbeit folgende drei zentrale Ziele: Erstens sollen die theoretischen und empirischen Publikationen des deutsch- und englischsprachigen Raums ausgewertet und systematisiert werden. Ziel ist die Formulierung integrativer Modelle. Zweitens sollen diese integrativen Modelle mit Hilfe von Fallstudien der Chemiebranche auf ihre Erklärungskraft empirisch überprüft werden. Da die Fallstudienmethode in der betriebswirtschaftlichen Forschung nur wenig verbreitet ist, soll durch eine umfassende Darstellung dieser Methode und eine rigorose Einhaltung von Validitäts- und Reliabilitätskriterien ein substanzieller methodischer Beitrag geleistet werden. Letztlich soll die Arbeit dazu dienen, normative Implikationen für Forschung und Praxis abzuleiten. Dabei will Herr Lichtenau mit dieser Arbeit aufzeigen, wie sich die verschiedenen Internet-basierten Absatzwege zum einen auf die Intensität industrieller Geschäftsbeziehungen und zum anderen auf die Bedeutung von traditionellen und Internet-basierten Intermediären im Rahmen dieser Geschäftsbeziehungen auswirken.

Aus Praxissicht kommt der Thematik der Auswirkungen von Internet-basierten Absatzwegen auf die Entwicklung industrieller Geschäftsbeziehungen eine potenziell große Bedeutung zu: So zeigen fallstudienartige Beobachtungen, dass neue Medien zu veränderten Marktstrukturen führen und die Rollen traditioneller ebenso wie neuer Intermediäre verändern. Die Arbeit Lichtenaus ist damit für Hersteller, Absatzmittler und Abnehmer industrieller Güter und Leistungen gleichermaßen relevant. Die einge-

reichte Arbeit verspricht dem interessierten Manager und Unternehmer zudem, Hinweise zur verbesserten Gestaltung des Marketing-Mix und des Kundenbeziehungsmanagements zu erhalten, wobei diese Implikationen theoretisch fundiert sind, auf einer sehr umfassenden und stringenten Analyse beruhen und empirisch in Fallstudien überprüft werden.

Aber auch aus Sicht der Forschung ist Lichtenaus Untersuchungsgegenstand als sehr relevant einzustufen, da bisher so gut wie keine integrierten Darstellungen der in verschiedenen theoretischen Forschungsbeiträgen modellierten Effekte Internet-basierter Absatzwege auf die Gestaltung industrieller Geschäftsbeziehungen vorliegen. Die bisherige empirische Literatur ist zudem geprägt von explorativ-deskriptiven Beiträgen, die nur unzureichend theoretisch fundiert sind, der Ad-hoc-Forschung zuzurechnen sind, nur Einzelaspekte betrachten und in methodischer Hinsicht Defizite aufweisen. In Lichtenaus Arbeit wird dagegen umfassend und stringent dargestellt, warum ein konfirmatorisch-explikativer Forschungsansatz in Form von Fallstudienanalysen gewählt wurde. Zudem dokumentiert der Autor sehr systematisch und vollständig sein Vorgehen im Rahmen der Tiefeninterviews sowie die daraus abgeleiteten Erkenntnisse. Inhaltlich trägt Herr Lichtenau durch die systematische Aufarbeitung der bisher verstreut veröffentlichten Forschungs- und Literaturbeiträge zu Effekten Internet-basierter Absatzwege auf die Gestaltung industrieller Geschäftsbeziehungen und die Ableitung methodologischer und inhaltlicher Implikationen zum Erkenntnisfortschritt der betriebswirtschaftlichen Forschung bei. Zudem ist die im Rahmen der Arbeit Lichtenaus eingesetzte Fallstudien-Methode in der deutschsprachigen betriebswirtschaftlichen Forschung bisher eher stiefmütterlich behandelt worden, so dass durch die ausführliche Beschreibung dieser Methodologie und des idealtypischen Vorgehens bei der Wahl des Forschungsparadigmas und der Forschungsmethode ein nachhaltiger wissenschaftlicher Beitrag geleistet wird.

Für Akademiker, die auf dem Gebiet des E-Business forschen, aber auch für den wissenschaftlich interessierten Manager mit Verantwortung für das Kundenbeziehungsmanagement ist die Arbeit von Herrn Lichtenau mit Sicherheit eine wertvolle Quelle, da der Autor sowohl wissenschaftlich kompetent als auch mit viel Sachkenntnis und Problemverständnis neues Licht auf zentrale Fragestellungen des E-CRM im Industriegütergeschäft wirft. Es bleibt zu wünschen, dass die Arbeit von Herrn Lichtenau in Forschung und Praxis einen großen Leserkreis findet.

Prof. Dr. Manfred Krafft