

Geleitwort des Herausgebers

Informations- und Kommunikationstechnologien haben den Handel bisher nachhaltig beeinflusst und verändert. Unabhängig von dem zugrunde liegenden technischen System – sei es z. B. EDI, Efficient Consumer Response oder Warenwirtschaftssysteme – stand meist die Frage im Vordergrund, welche Rationalisierungs- und Einsparungseffekte realisiert werden können und wie die Prozesse der Warenwirtschaft noch stärker automatisiert werden können. Dies gilt auch für den Einsatz neuerer Technologien wie der Radio-Frequenz-Identifikations-Technologie (RFID) in Verbindung mit anderen drahtlosen Netzwerktechnologien wie z. B. der WLAN-Technologie, deren Einsparungs- und Automatisierungspotenziale für Bestandsprüfung, -führung und -kontrolle immens sind. Bisher weniger betrachtet wurden die Potenziale dieser Technologien für die Erzielung von Umsatzsteigerungen.

Mit dieser Fragestellung beschäftigt sich die vorliegende Arbeit. Ausgehend von der Verfügbarkeit der drahtlosen Netzwerktechnologien in Verbindung mit geeigneten mobilen Endgeräten und Informationssystemen wird ihre Nutzung für neue Formen der elektronischen Kundenkommunikation im stationären Handel untersucht. Im Mittelpunkt steht die Analyse derartiger Anwendungen für handelsbetriebliche Leistungen, die dem Kunden einen Mehrwert bieten und somit eine individuelle preis- und leistungspolitische Behandlung des Kunden erlauben. Jens Strüker verfolgt dabei den Zweck, konkrete betriebliche Anwendungen zu entwickeln und zu systematisieren sowie eine Bewertung ihres Erlöspotenzials vorzunehmen. Dabei werden durchaus auch die Grenzen eines Einsatzes elektronischer Formen der Kundenkommunikation näher betrachtet.

Insgesamt gesehen stellt die Arbeit einen beachtenswerten Beitrag zur Frage nach geeigneten Einsatzmöglichkeiten neuer Technologien als Instrument der Kundenkommunikation im Handel dar. Es ist daher zu hoffen, dass diese Arbeit, die sich gleichermaßen an Wissenschaft und Praxis wendet, hilft, erste konkrete Implikationen für Handelsunternehmen zur Einführung und Gestaltung elektronischer Formen der Kundenkommunikation zu geben.

Ich wünsche dieser Arbeit deshalb eine besonders interessierte Aufnahme und lebhaft Resonanz in Wissenschaft und Praxis.

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot

Geleitwort

Das Paradigma einer Welt des Allgegenwärtigen Rechnens (Ubiquitous Computing) nimmt langsam Gestalt an. Der Einsatz der RFID- und WLAN-Technologie für die Bestandskontrolle und die Optimierung der Lieferkette ist hierfür ein herausragendes Beispiel: Werden hier doch letzte Medienbrüche abgebaut und mit der Automatisierung weiterer handelsbetrieblicher Prozesse gleichzeitig die Grundlage für eine Informatisierung auf einer höheren Qualitätsstufe gelegt. Dieser Sprung ist vergleichbar mit der Einführung der Scannerkassen in den siebziger Jahren. Damals wurden die handelsbetrieblichen Abläufe sowie die Kostenrelationen der Branche nachhaltig verändert. Herr Strüker beschäftigt sich ausgehend von der Verfügbarkeit drahtloser Kommunikationstechnologien im Handel mit der Frage, ob und wie sich diese auch für die Kommunikation mit Kunden innerhalb von Einkaufsstätten nutzen lassen.

Arbeiten der vorliegenden Art sind wichtig zur Systematisierung von Innovation und der Beurteilung des technischen Fortschritts im Vorfeld einer praktischen Erprobung. Herr Strüker setzt sich mit einer Lücke im Bereich der Messung und Bewertung der wirtschaftlichen Potentiale des „Allgegenwärtigen Rechnens“ auseinander. Er kommt nach einer überzeugenden theoriebasierten Analyse zu einem Ergebnis, das die Unsicherheit bei Investitionsentscheidungen reduziert und Handlungsanweisungen bei expliziten genannten Annahmen gibt. Die Arbeit ist in den Wirtschaftswissenschaften angesiedelt und doch interdisziplinär. Die mit den Methoden und Theorien der Wirtschaftswissenschaften erhaltenen Ergebnisse basieren in ihrer Rechtfertigung auf dem Fortschritt der Technik und geben gerade dadurch Orientierung u. a. für neue Formen des Handels, wo zunehmende Individualisierung nachgefragt wird. Herr Strüker leitet die Frage nach der Wirtschaftlichkeit eines Einsatzes elektronischer Formen der Kundenkommunikation im Handel aus den Innovationen im Bereich der drahtlosen Kommunikationstechnologie bzw. der automatischen Identifizierungstechnologie ab. Hierbei sind die Eingrenzung des Gegenstandes der Arbeit, die Bestimmung des Ziels der Untersuchung, die Auswahl aus dem „Instrumentenkasten“ der Wirtschaftswissenschaften (Kosten-Nutzen-Analyse, Informationsökonomie, Preistheorie) sowie der Umgang mit ihnen als vorbildlich zu bezeichnen. Die Problemstellung darf für sich in Anspruch nehmen, zugleich praktisch relevant und wissenschaftlich anspruchsvoll zu sein. Ich wünsche der Arbeit daher die verdiente breite Aufnahme in Theorie und Praxis.

Prof. Dr. Günter Müller