

## Geleitwort

Die große Bedeutung von Produkteliminationen für eine effektive und effiziente Sortimentsgestaltung steht außer Frage. Dennoch ist in der Praxis häufig zu beobachten, dass Unternehmen aus Angst vor negativen Kundenreaktionen davor zurückschrecken, Produkte tatsächlich zu eliminieren. Bei Unternehmen, die diesbezüglich weniger zögerlich sind, ist hierbei wiederum oftmals eine relativ unsystematische Vorgehensweise zu beobachten.

In der Forschung wurden Produkteliminationen bislang stark vernachlässigt. Insbesondere die Umsetzung von Produkteliminationen – sowohl unternehmensintern als auch unternehmensextern (d.h. gegenüber betroffenen Kunden) – wurde bislang kaum untersucht. Zudem gibt es bislang keinerlei Erkenntnisse darüber, welche Konsequenzen Produkteliminationen für betroffene Kunden haben und wie sich diese Konsequenzen auf die Geschäftsbeziehung mit dem eliminierenden Anbieter auswirken. Insbesondere in einem Business-to-Business-Umfeld sind solche Erkenntnisse jedoch von hoher Relevanz.

Die besondere Bedeutung der vorliegenden Arbeit besteht zum einen darin, dass es Frau Prigge gelingt, die verschiedenen Gestaltungsbereiche von Produkteliminationen zu systematisieren und integrieren. Dabei wird der Fokus vor allem auf die für den Erfolg zentrale Umsetzungsphase gelegt. Zum anderen betrachtet die Verfasserin Produkteliminationen nicht nur aus der Perspektive eliminierender Anbieter, sondern auch aus der Perspektive betroffener Kunden.

Diesem breit angelegten Ansatz entsprechend basiert die Untersuchung von Frau Prigge auf einer beeindruckenden Datengrundlage. So ist es ihr gelungen, die Perspektive eliminierender Anbieter durch eine großzahlige Multiple-Informant-Befragung abzubilden. Darüber hinaus konnte sie in Kooperation mit dem Bundesverband für Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) eine umfangreiche Datenbasis generieren, die die Perspektive betroffener Business-to-Business-Kunden (d.h. Einkäufer) widerspiegelt.

Auf Basis dieser beeindruckenden empirischen Datengrundlage, einer sorgfältigen theoretisch-konzeptionellen Fundierung sowie einem souveränen Umgang mit den eingesetzten multivariaten Analysemethoden generiert die Arbeit von Frau Prigge eine Reihe interessanter und neuer Erkenntnisse.

In der ersten Studie analysiert Frau Prigge die Bedeutung einer professionellen Eliminationsumsetzung für die Nutzung der Eliminations-Chancen (z.B. Kostenreduktionen) und die Reduzierung der Eliminations-Risiken (z.B. Abwanderung von Kunden). In diesem Zusammen-

hang kann sie zeigen, dass eine adäquate unternehmensinterne Umsetzung einen signifikanten Beitrag zur effektiven Nutzung der Eliminations-Chancen leistet, während eine angemessene unternehmensexterne Umsetzung maßgeblich zur Minimierung der Eliminations-Risiken beiträgt. Insgesamt kann hierdurch der Gesamterfolg von Produkteliminationen deutlich erhöht werden. Diese Untersuchung liefert zudem wichtige Hinweise für Praktiker, wie Produkteliminationen in Unternehmen erfolgreich umgesetzt werden können.

In der zweiten Studie untersucht Frau Prigge die Konsequenzen von Produkteliminationen für betroffene Kunden und die Geschäftsbeziehung mit dem eliminierenden Lieferanten. Sie kann dabei zeigen, dass Produkteliminationen dem Kunden nicht nur monetär schaden, sondern bei ihm auch eine hohe Verunsicherung bezüglich der Zuverlässigkeit und Kooperativität seines Lieferanten (d.h. emotionale Kosten) auslösen. Weiterhin dokumentieren ihre Ergebnisse, dass sowohl die monetären als auch die emotionalen Kosten substantielle Auswirkungen auf die Zufriedenheit und Loyalität betroffener Kunden haben. Frau Prigge zeigt jedoch ebenfalls auf, dass diese negativen Konsequenzen für Kunden und die Geschäftsbeziehung durch ein angemessenes Verhalten des eliminierenden Lieferanten gemindert werden können.

Der umfangreiche State of Practice gibt einen interessanten Überblick darüber, welchen Stellenwert und welchen Professionalisierungsgrad Produkteliminationen in deutschen Unternehmen erfahren. Frau Prigge betrachtet dabei nicht nur die bereits in den ersten beiden Studien intensiver untersuchte Umsetzung von Produkteliminationen, sondern gibt auch einen detaillierten Überblick über die vorgelagerte Phase der Entscheidungsfindung.

Insgesamt leistet die Arbeit von Frau Prigge einen wesentlichen Beitrag zur Erweiterung des wissenschaftlichen Kenntnisstands im Bereich von Produkteliminationen und somit auch im Bereich des Produktmanagements. Darüber hinaus hat die Arbeit auch eine hohe Praxisrelevanz. Zum einen zeigt die Arbeit eliminierenden Anbietern eine Reihe interessanter Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen für eine erfolgreiche Gestaltung von Produkteliminationen auf. Zum anderen erhalten auch betroffene Kunden (d.h. Einkäufer) detaillierte Anregungen für Verhandlungen mit ihrem Lieferanten im Falle von Produkteliminationen.

Der Arbeit ist daher eine weite Verbreitung in Wissenschaft und Praxis zu wünschen.

Christian Homburg