
Geleitwort

Die Dissertation von Armin Günther liefert aus der Perspektive des Geschäftsbeziehungsmanagements (Relational View) innovative Erkenntnisse sowohl zum strategischen Management (hauptsächlich zum Market Based View, in geringerem Umfang aber auch zum Resource und Competence Based View) als auch zum operativen Management von vernetzten Wertschöpfungssystemen. In der Arbeit wird ein breites Spektrum von Ansätzen, Modellen und Instrumenten behandelt: Es umfasst u.a. das strategische Management (Market- und Resource Based View, Dynamic Capabilities, Portfolio-Management, Wettbewerbsstrategien: „Best of breed“ versus „Best of suite“), Absatz-Marketing (z.B. Marketing-Mix, Nutzung von indirekten Netzeffekten, hybride Leistungsbündel, Kundenbindungsmanagement), Supply Chain/Supply Net Management, IT-Management (z.B. XaaS-Ansätze), Produkt- und Relationship-Lebenszyklen, juristische Konzepte (z.B. Dritthaftung) sowie unternehmensinterne Organisationsgestaltung (etwa Center-Strukturen, Management Holding) und unternehmensübergreifende Organisationgestaltung, z.B. Business Eco-Systems und Business Webs sowie Coopetition. Hinzu kommen mehrere Theoriefelder, zu denen u.a. die Kontraktökonomie (z.B. Transaktionskostentheorie, Agentur-Theorie), Spieltheorie, Resource Dependence-Theorie, Standardisierung, Mikroökonomie (z.B. nachfrageinduzierte und angebotsinduzierte Komplementarität von Gütern, Substitutionselastizitäten, Kreuzpreiselastizität), komplexe Systeme, Netzwerktheorie (primär gemäß dem Netzwerkverständnis der so genannten Schwedischen Schule: „Markets as Networks“-Ansatz), Engineering (z.B. Modularisierung von Produkten, Strom-Gas-Konvergenz, Kraft-Wärme-Kopplung) und Informationstechnologie (z.B. digitale Konvergenz). Ein zentrales Motiv für dieses breit angelegte Screening ist die Prüfung und Nutzung der Möglichkeiten des Transfers dieser Wissensbausteine auf das Management von Komplementorenbeziehungen. Anders als etwa das Customer Relationship oder das Supplier Relationship Management wurde diese Sparte des Geschäftsbeziehungsmanagements bislang sowohl in der Wissenschaft als auch der Praxis vernachlässigt. Vor diesem Hintergrund versteht sich die Arbeit von A. Günther als Exploration von Neuland: Neben der Konzeption eines bislang in der Forschung vernachlässigten Managements der Komplementorenbeziehungen werden auch die bisher nur rudimentär existierenden Grundlagen für das generische Business Relationship Management geschaffen bzw. ausgebaut.

Das vom Verfasser entwickelte generische Modell eines Business Relationship Managements basiert formal auf einer komplexitätsfokussierten Modellierung. Dadurch gelingt es, den Komplexitätsmerkmalen von netzwerkförmig strukturierten Wertschöpfungssystemen gerecht zu werden. Diese Komplexität schlägt sich etwa in der Diversität der an der Wertschöpfung beteiligten Akteurskategorien (vor allem Kunden, Lieferanten, Komplementoren, Konkurrenten, Intermediäre, Agenten) nieder, die im Wertschöpfungsprozess häufig mehrere Rollen spielen (z.B. Komplementoren- und Lieferantenrolle), wobei diese Rollen nicht selten sehr gegensätzlich sind, etwa im

Fall der hybriden Rolle von so genannten „guten Konkurrenten“ oder von Komplementoren, die sich über eine Seitwärtsintegration zu Konkurrenten wandeln. Die Komplexität ist jedoch nicht nur organisatorischer Natur, sondern resultiert auch aus der steigenden Komplexität von Absatzgütern und -prozessen, etwa der Vermarktung von Leistungsbündeln.

Die Arbeit ist so konzipiert, dass sie den Anforderungen an eine theoretische Fundierung („rigor“) und an eine Anwendungsorientierung („relevance“) in ausgewogener Form gerecht wird. Im Rahmen der theoretischen Fundierung werden institutionenökonomische, auf vertragsbasierte Transaktionen fokussierte Ansätze, modifiziert, da viele Komplementorenbeziehungen nicht in Verträge münden. Für die Praxisorientierung wird gesorgt, indem Tools für das Management von Komplementorenbeziehungen entwickelt werden, etwa die Complementor Strategy Map sowie zahlreiche Werkzeuge für die Complementor Intelligence und zum kosten-nutzen-orientierten Controlling von Geschäftsbeziehungen. Vor diesem Hintergrund können sowohl Wissenschaftler als auch Praktiker von dieser Arbeit profitieren.



<http://www.springer.com/978-3-658-08565-0>

Complementor Relationship Management
Herausforderungen und Lösungskonzepte
Günther, A.
2015, XXXVI, 492 S. 97 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-08565-0