

Dieter Ahlert, Rainer Olbrich, Hendrik Schröder (Hrsg.)

Jahrbuch Vertriebs- und Handelsmanagement 2005

Netzwerke in Vertrieb und Handel

Deutscher Fachverlag
442 Seiten, gebunden
ISBN 3-87150-914-0

Zum Inhalt

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, 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 sind gekennzeichnet durch eine spezifische Form der Koordination verteilter Aktivitäten bei der Erstellung und Vermarktung eines Leistungsangebotes für die Nachfrager. Ihr Erfolgspotenzial besteht darin, dass sie marktliche und hierarchische Steuerungskomponenten sinnvoll kombinieren: Unternehmensnetzwerke mit System kopf verbinden das Prinzip der Kooperation zwischen eigenständig handelnden Akteuren mit den Vorteilen einer systematischen Steuerung durch eine Managementzentrale. Doch wie können Netzwerke erfolgreich betrieben werden? Wie kann ein erfolgreiches Relationship Management in einem Dienstleistungsnetzwerk aussehen? Wie können erfolgreiche von weniger erfolgreichen Netzwerken unterschieden werden? Und welche Rolle spielt die Marke in Unternehmensnetzwerken? Neben diesen Fragen sind auch die Internationalisierung, das Management von Wissen und der Aufbau von Online-Kooperationen in Form von Unternehmensnetzwerken weitere Herausforderungen, die sich aktuell in Vertrieb und Handel stellen.

