

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	xiii
Abkürzungsverzeichnis	xvii
A Wandel in der Distribution als Managementproblem	1
1 Einführung.....	1
1.1 Leitgedanke und Problemstellung	1
1.2 Abgrenzung des Analysegegenstandes und Forschungsbedarf.....	3
1.3 Zielsetzung und forschungsleitende Fragestellungen.....	9
2 Wissenschaftstheoretische und forschungsmethodische Anlage der Arbeit	12
2.1 Wissenschaftstheoretische und forschungsprogrammatische Grundlagen	12
2.2 Methodik und Stichprobe der empirischen Untersuchung	16
2.3 Aufbau der Arbeit.....	23
B Konzeptionelle Grundlagen und theoretische Fundierung distributiven Wandels	27
1 Die Distribution als Gegenstand von Veränderungen.....	28
1.1 Der Objektbereich distributiver Transformationen	28
1.2 Der Subjektbereich distributiver Transformationen.....	30
1.3 Besonderheiten distributiver Transformationen	32
2 Wandel als allgemeines betriebswirtschaftliches Forschungsfeld	40
2.1 Ursprung und Gegenstand	40
2.2 Inhaltliche Schwerpunkte	42
3 Kontingenz- und konsistenztheoretische Bezugspunkte der Problemstellung.....	47
3.1 Historische Vorläufer moderner Ansätze der Managementforschung	47
3.2 Der situativ-kontingenztheoretische Ansatz.....	48
3.3 Der konsistenz-konfigurationstheoretische Ansatz	50
3.4 „Archetypes of transitions“: Die Forschungsarbeiten von <i>Danny Miller</i> und <i>Peter Friesen</i>	52
4 Der Forschungsansatz dieser Arbeit.....	54
Exkurs: Retrospektivität der empirischen Untersuchung	58

C	Empirische Untersuchung des Transformationsgeschehens	63
1	Ursachen von Veränderungen an Distributionssystemen.....	63
	1.1 Transformationen aufgrund der Notwendigkeit einer Konstitution neuer Absatzkanäle.....	64
	1.2 Transformationen als Folge der Erfolgsanalyse bestehender Absatzkanäle.....	67
2	Ziele von Veränderungen an Distributionssystemen.....	72
	2.1 Ziele aus der finanziellen Perspektive.....	73
	2.2 Ziele aus der Profilierungs- und Entwicklungsperspektive.....	75
	2.3 Ziele aus der Kundenperspektive	77
	2.4 Ziele aus der internen Prozessperspektive.....	79
3	Ergebnisse der Untersuchung von konkreten Veränderungen an Distributionssystemen	83
	3.1 Zeitraum der Veränderungen.....	83
	3.2 Veränderungen hinsichtlich der Anzahl und Bedeutung verschiedener Absatzkanalarten und -typen.....	84
	3.3 Umgang mit den Rückwirkungen auf das bestehende Distributionssystem	88
	3.4 Veränderungen der Strukturmerkmale und des Entwicklungsstands von Mehrkanalsystemen.....	91
	3.5 Zusammenfassung und Interpretation der realiter vollzogenen Veränderungen	96
D	Konzeptualisierung und Operationalisierung eines Modells zur empirischen Untersuchung des Transformationsverhaltens.....	99
1	Grundlegende methodische und inhaltliche Aspekte	99
	1.1 Zum Problem der Messung komplexer Konstrukte.....	99
	1.2 Beschreibung der eingesetzten Praktiken zur Konstruktbildung, -messung und -beurteilung	101
	1.3 Selektion der Modellkomponenten nach <i>Miller/Friesen</i>	111
2	Modellkomponenten in der Phase „Vor den Veränderungen“: Situative Kontextfaktoren von Transformationen	117
	2.1 Externer situativer Kontext: Kunden- und technologieseitige Umweltdynamik, Wettbewerbsintensität, Umfeldkomplexität und Marktattraktivität.....	117
	2.2 Interner situativer Kontext: Veränderungsdruck, emotions- und wissensbasierte Veränderungsreife	128
3	Modellkomponenten in der Phase „Während der Veränderungen“: Verhaltensdimensionen bei Transformationen.....	136

3.1	Aspekte der Rationalität: Analyse, Planung, Improvisation und Kontrolle.....	136
3.2	Aspekte der Integration: Kommunikation, Partizipation und Konsens	149
3.3	Aspekte der Kompetitivität: Scanning, Marktorientierung, Proaktivität, Innovation und Risiko.....	160
3.4	Aspekt des Ausmasses von Veränderungen	173
4	Modellkomponente in der Phase „Nach den Veränderungen“: Erfolgsindikatoren.....	175
4.1	Grad der Erreichung von Transformationszielen als Erfolgsmassstab	175
4.2	Empirischer Vergleich zwischen Zielbedeutungs- und Zielerreichungsgrad.....	178
4.3	Transformationserfolgsindex als Mass zur Ermittlung eines Erfolgswertes aus der Zielerreichung.....	180
5	Das Forschungsmodell im Überblick	183
E	Empirische Untersuchung des Transformationsverhaltens	185
1	Kausalanalytische Untersuchung des Transformationsverhaltens	186
1.1	Ziel und methodisches Vorgehen bei der Entwicklung der Forschungshypothesen und ihrer Untersuchung mittels Strukturgleichungsmodellen.....	186
1.2	Die Bedeutung von Rationalität in Transformationsprozessen	190
1.2.1	Der Einfluss von Rationalität auf den Transformationserfolg.....	190
1.2.2	Der Einfluss der Kontextfaktoren auf die Rationalität.....	199
1.3	Die Bedeutung von Integration in Transformationsprozessen	205
1.3.1	Der Einfluss der Integration auf den Transformationserfolg.....	205
1.3.2	Der Einfluss der Kontextfaktoren auf die Integration.....	211
1.4	Die Bedeutung von Kompetitivität in Transformationsprozessen	218
1.4.1	Der Einfluss der Kompetitivität auf den Transformationserfolg.....	218
1.4.2	Der Einfluss der Kontextfaktoren auf die Kompetitivität	222
1.5	Die Bedeutung des Ausmasses in Transformationsprozessen.....	228
1.6	Zusammenfassung der kausalanalytischen Untersuchungen.....	233
2	Taxonomische Untersuchung des Transformationsverhaltens.....	237
2.1	Ziel und methodisches Vorgehen bei der Bildung von Archetypen mittels einer Clusteranalyse.....	237
2.2	Deskriptive Analyse der überdurchschnittlich erfolgreichen Archetypen	244

2.2.1	„Der professionelle Transformator“	244
2.2.2	„Der pragmatische Evolutionär“	246
2.2.3	„Der geforderte Revolutionär“	248
2.3	Deskriptive Analyse der unterdurchschnittlich erfolgreichen Archetypen	251
2.3.1	„Der unvermögende Mitläufer“	251
2.3.2	„Der wirkungslose Kämpfer“	253
2.3.3	„Der passive Zauderer“	256
2.4	Zusammenfassende Interpretation der Archetypen	258
3	Zusammenfassung und Vergleich der kausalanalytischen und taxonomischen Untersuchungen	262
F	Zusammenfassende Bewertung aus wissenschaftlicher und praxeologischer Perspektive	265
1	Wissenschaftliche Bewertung und weiterer Forschungsbedarf.....	268
1.1	Inhaltliche und methodische Erkenntnisse	268
1.2	Ansatzpunkte für die zukünftige Forschung.....	270
2	Implikationen für die Unternehmenspraxis	272
G	Executive Summary	279
	Anhang	283
	Literaturverzeichnis.....	313