

Stephan J. Meier

Erfolg im Einzelhandel durch Franchising

**Steigerung der Prozesseffizienz durch
Web Services-Technologien**

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Dieter Wagner

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung.....	1
1.1	Problemstellung und Untersuchungskonzeption.....	1
1.1.1	Zielsetzung.....	1
1.1.2	Gang der Untersuchung.....	4
1.2	Überblick und Situationsdarstellung von Einzelhandels-Systemen.....	6
1.2.1	Aktuelle Krise des Einzelhandels.....	6
1.2.2	Handelsbegriff und Systematisierung von Handelsunternehmen.....	8
1.2.3	Evolution der Organisationsformen im Handel.....	11
1.2.3.1	Häufigste Konzentrationsform des Handels: Filial-Systeme.....	15
1.2.3.2	Kooperationsform Verbundgruppe.....	17
1.2.3.3	Kooperationsform Franchising-Netzwerk.....	18
1.2.3.3.1	Definitiorische Abgrenzung.....	21
1.2.3.3.2	Strategische Franchising-Netzwerke.....	26
1.2.3.3.3	Business Format Franchising und Strategische Franchising-Netzwerke.....	27
1.2.4	Zusammenfassung der Konzentrations- und Kooperationsformen des Handels.....	32
1.3	Bestandsaufnahme und Würdigung von Forschungsansätzen mit Bezug zur interorganisationalen Organisationsforschung.....	35
1.3.1	Anforderungen an eine Theorie zur Erklärung von Netzwerkorganisationen.....	36
1.3.2	Notwendige Integration der Informationstechnik in die Organisationstheorie.....	36
1.3.3	Problemsicht der Principal Agency-Theorie.....	37
1.3.4	Problemsicht der Transaktionskostentheorie.....	38
1.3.5	Kritik an der organisationsökonomischen Analyse.....	39
1.3.6	Problemsicht der Strukturationstheorie.....	40
1.3.6.1	Strukturationstheorie und effizienter Einsatz von Informations- und Kommunikationsinfrastruktur.....	43
1.3.6.2	Dualität von Struktur.....	47
1.3.7	Informations- und Kommunikationsinfrastruktur und Franchising-Netzwerke als Anwendungsgebiete der Strukturationstheorie.....	51

2	Wirtschaftliche und informationstechnische Vernetzung stationärer Einzelhandelssysteme.....	55
2.1	Interorganisatorische Vernetzung von Geschäftseinheiten.....	56
2.1.1	Ziele der wirtschaftlichen Vernetzung.....	56
2.1.2	Kernprozesse des vernetzten, stationären Einzelhandels.....	59
2.1.3	Ziele der informations- und kommunikationstechnischen Vernetzung	61
2.1.4	Anforderungen an die Informations- und Kommunikationsinfrastruktur in Einzelhandels-Systemen.....	65
2.2	Spezifische Informations- und Kommunikationsbedarfe in Einzelhandels-Systemen.....	71
2.2.1	Informationsmanagement und Qualität der Kommunikation in Einzelhandels-Systemen.....	71
2.2.2	Aufgaben und Zielsetzung netzwerkweiter Kommunikation.....	73
2.2.3	Organisation und netzwerkweite Kommunikation.....	75
2.2.4	Einsatz von Informations- und Kommunikationsinfrastruktur zur Steigerung der Prozeßeffizienz.....	76
2.2.5	Spezifische Informations- und Kommunikationsbedarfe in Franchising-Netzwerken im Vergleich zu Filial-Systemen.....	84
2.3	Potentiale und Grenzen der Informations- und Kommunikations-Infrastruktur.....	87
2.3.1	Koordination durch IuK-Infrastruktur.....	88
2.3.2	Informationssysteme der IuK-Infrastruktur.....	90
2.3.2.1	Enterprise Ressource Planning.....	90
2.3.2.2	Workflow-Management-Systeme.....	94
2.3.2.3	Middleware zur Daten- und Anwendungsintegration.....	96
2.3.3	Status Quo der in Franchising-Netzwerken eingesetzten IuK-Infrastruktur..	98
3	Einsatz von Web Services-Technologien zur Steigerung der Prozeßeffizienz	105
3.1	Informationsflussanalyse zur Untersuchung spezifischer Bedarfe der Informations- und Kommunikations-Infrastrukturen.....	106
3.1.1	Ausprägungen des Informationsflußmerkmals.....	106
3.1.2	Inhalt des Informationsflusses.....	109
3.1.3	Wertigkeit des Informationsflusses.....	109
3.1.4	Form des Informationsflusses.....	111

3.2	Informations- und Kommunikationsprozesse in den Kernprozessen von Einzelhandels-Systemen.....	115
3.2.1	Kernprozeß Sortimentspolitik.....	117
3.2.1.1	Sortimentsgestaltung.....	117
3.2.1.2	Absatzplanung.....	121
3.2.1.3	Preispolitik.....	123
3.2.1.4	Kundenmanagement.....	125
3.2.2	Kernprozeß Warenbewegung und Abverkauf.....	127
3.2.2.1	Bestandsführung.....	127
3.2.2.2	Disposition.....	131
3.2.3	Strukturierungstheoretische Schlußfolgerungen.....	136
3.2.4	Zusammenfassung.....	138
3.3	Web Services-Technologien als „State of the Art“-Informations- und Kommunikationsinfrastruktur.....	139
3.3.1	Grundlagen der Web Services.....	139
3.3.2	Konzept der Service Oriented Architecture.....	139
3.3.3	Definition und Funktionsweise von Web Services.....	140
3.3.4	Orchestrierung und Choreographie.....	143
3.3.5	Technische Anforderungen.....	144
3.3.6	Zusammenfassung.....	145
3.4	Auswirkungen der Web Services-Technologien auf den Informations- und Kommunikationsfluß.....	148
3.4.1	Web Services als Enabler für prozeßeffizientes Geschäftsprozeß-Management.....	148
3.4.1.1	Web Services als Basis für einen flexiblen Infrastrukturansatz.....	148
3.4.1.2	Bedeutung von Web Services für die IuK-Infrastruktur.....	150
3.4.2	Integrierte Geschäftsprozeßmanagement-Systeme.....	153
3.4.3	Implikationen eines flexiblen Geschäftsprozeßmanagements auf Basis der Web Services-Technologien.....	156
3.4.3.1	Anwendungsnutzen integrierter Geschäftsprozeß-Management-Systeme...	156
3.4.3.2	Wirtschaftlichkeitsbetrachtung integrierter Geschäftsprozeß-Management-Systeme.....	159
3.4.4	Kriterien zur Einsetzbarkeit von Web Services in Einzelhandels-Systemen	161
3.5	Prozesseffizienter Einsatz von Web Services in Franchising-Netzwerken.....	164
3.5.1	Web Services und der Kernprozeß Sortimentspolitik.....	164
3.5.2	Web Services und der Kernprozeß Preispolitik.....	165
3.5.3	Web Services und der Kernprozeß Kundenmanagement.....	166

3.5.4	Web Services und der Kernprozeß Warenbewegung/Abverkauf und Bestandsführung.....	167
3.5.5	Web Services und der Kernprozeß Disposition.....	168
3.5.6	Zusammenfassung und kritische Würdigung.....	168
4	Zusammenfassende Schlußbetrachtung und Ausblick.....	173
5	Anhang.....	181
5.1	Interviewleitfaden der empirischen Untersuchung.....	182
5.2	Aufzählung der befragten Unternehmen.....	229
	Literaturverzeichnis.....	233