

Nutzen von Kooperationen im Marketing

Sonja Bühlmann

Die Zahl der Unternehmenskooperationen stieg während den letzten Jahren fortlaufend an. Kooperationen werden dabei von Unternehmungen aus den unterschiedlichsten Branchen eingegangen und sollen den verschiedensten Zwecken dienen. Durch die Zusammenarbeit versuchen die beteiligten Unternehmungen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Die Unternehmungen werden dabei jedoch vor neue Probleme betreffend dem Management von Kooperationen gestellt. Eine besondere Schwierigkeit stellt das Controlling und die Erfolgsmessung von Kooperationen dar. Es wird geschätzt, dass ungefähr 50 Prozent der Unternehmenskooperationen nicht erfolgreich verlaufen. Daraus lässt sich ableiten, dass dem Controlling ein besonders wichtiger Stellenwert eingeräumt werden muss.

In der vorliegenden Diplomarbeit wird eine Nutzenmessung einer Kooperation in der Praxis durchgeführt. Damit soll ein weiteres Instrument für das Controlling von Kooperationen eingesetzt werden. Vorgängig zur Nutzenmessung werden die theoretischen Grundlagen zu Kooperationen und zur Nutzenmessung beschrieben.

Dabei werden eine Begriffsbestimmung von Kooperationen vorgenommen und Theorien zur Entstehung von Kooperationen vorgestellt. Es wird auf die Spieltheorie, die Property-Rights-Theorie, die Transaktionskosten-Theorie, die Principal-Agent-Theorie sowie auf den ressourcenbasierten Ansatz eingegangen. Der Bildung von Kooperationen können die unterschiedlichsten Motive zugrunde liegen, welche nach Marktmachtorientierung und Effizienzorientierung unterschieden werden können. Um einen Überblick über die vielfältigen Ausgestaltungsmöglichkeiten von Kooperationen zu bekommen, werden diese klassifiziert und unterschiedliche Formen von Kooperationen im Marketing beschrieben. Im Bereich der Erfolgsmessung von Kooperationen besteht im Moment noch Forschungsbedarf. Trotzdem können einige allgemein gültige Erfolgsfaktoren für Kooperationen gefunden werden.

In den theoretischen Grundlagen zur Nutzenmessung werden der Nutzenbegriff definiert und unterschiedliche Nutzenkonzepte der Wirtschaftswissenschaften beschrieben.

Dies sind die Nutzenkonzepte der ökonomischen Theorie, der betriebswirtschaftlichen Entscheidungslehre, der Absatzwirtschaft sowie Nutzenkonstrukte im Marketing. Es wird zwischen dem ordinalen und kardinalen Nutzenbegriff unterschieden und auf verschiedene Kategorien des Nutzens verwiesen. Die Grundlagen zur Nutzenmessung werden erarbeitet und drei Instrumente zur Nutzenmessung vorgestellt. Es handelt sich dabei um die Nutzen-Kosten-Analyse, die Kosten-Wirksamkeits-Analyse und die Nutzwertanalyse. Um eine Nutzenmessung bei einer Kooperation in der Praxis vornehmen zu können, wird auf das Controlling von Kooperationen eingegangen und die Nutzen-Kosten-Analyse als Instrument zur Nutzenmessung in der Praxis ausgewählt.

Durch die Durchführung einer Nutzen-Kosten-Analyse werden die positiven und negativen Effekte der Kooperation bestimmt und quantifiziert. Werden sich alle Nutzen und Kosten gegenüber gestellt, kann der Nettonutzen der Kooperation ermittelt werden.

Die Nutzen-Kosten-Analyse wird für die Betrachtung der Kooperation in der Praxis ausgewählt, da sie Ähnlichkeiten zur betriebswirtschaftlichen Investitionsrechnung aufweist und da sowohl Nutzen wie auch Kosten, welche bei einer betriebswirtschaftlichen Anwendung eine zentrale Rolle spielen, in Geldeinheiten ausgedrückt werden.

Bei der Durchführung der Nutzenmessung in der Praxis wird die Sichtweise einer Unternehmung eingenommen. Der Betrachtungszeitraum erstreckt sich auf die gesamte bisherige Dauer der Zusammenarbeit. Es wird versucht, möglichst viele Effekte der Kooperation zu monetarisieren und in die Analyse zu integrieren. Dies gestaltet sich jedoch bei einigen Nutzen- und Kostenarten äusserst schwierig.

Die Ergebnisse der Nutzenmessung in der Praxis werden ausführlich dargestellt. Mit Hilfe der Betrachtung der bisherigen Entwicklung der Kooperation und der Nutzen-Kosten-Analyse gelingt es, die untersuchte Kooperation strukturiert abzubilden und auf Problembereich aufmerksam zu machen.

Bei der Durchführung wurden einige Vor- und Nachteile der Anwendung der Nutzen-Kosten-Analyse bei Kooperationen entdeckt. Die Ergebnisse der Analyse und die Eignung der Nutzen-Kosten-Analyse bei Kooperationen in der Praxis sind Gegenstand der abschliessenden Diskussion. Es wird eine Empfehlung bezüglich der zukünftigen Verwendung der Nutzen-Kosten-Analyse im Rahmen von Kooperationen abgegeben.