

„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

6. Wie gestaltet sich die Schnittstelle zur Außenwelt?

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“




6.2.1 Stakeholder und Stakeholder Management - Stakeholder-Ansatz, -Gruppen und -Management

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



Lernziele

-  Einordnung externer Gruppen mit Relevanz für das Unternehmen
-  Kennenlernen von Stakeholder- und Shareholder-Ansatz
-  Einblicke in das uni- und multifokale Management von Stakeholder-Beziehungen

Unternehmensrelevante externe Gruppen



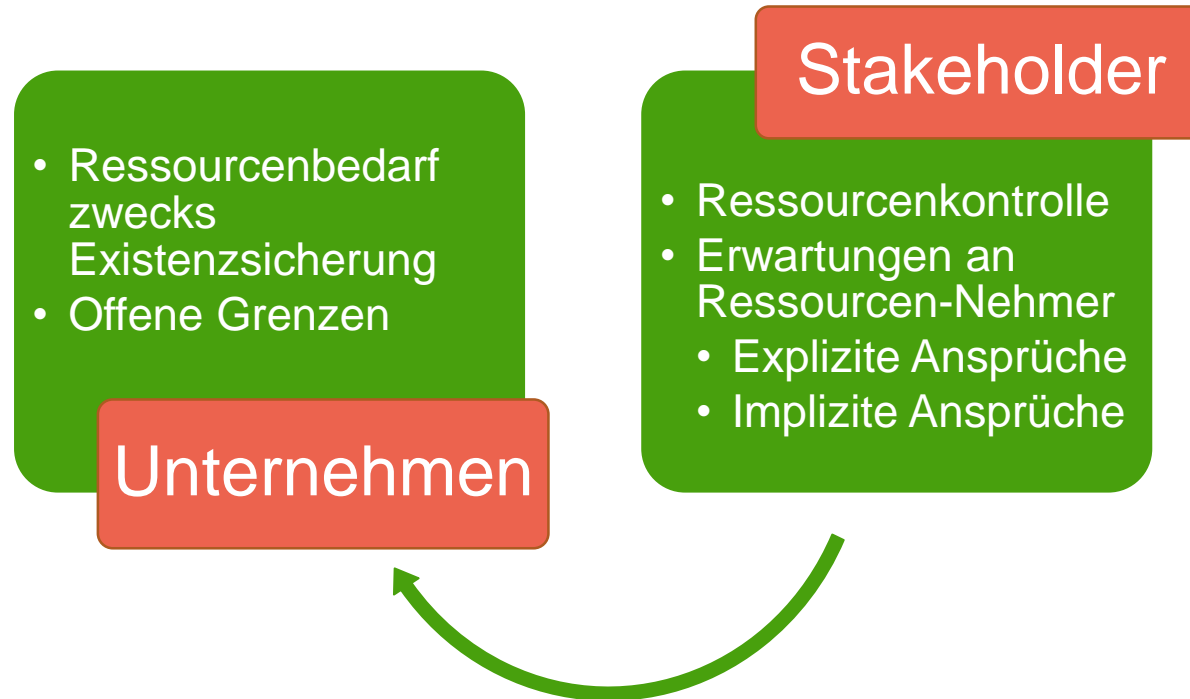
Quelle: Dillerup & Stoi (2006).



Was sind Stakeholder, was Shareholder?



Unternehmen und Stakeholder

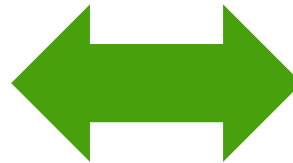


Stakeholder halten Ressourcen bereit und richten dadurch berechnigte Ansprüche an das Unternehmen.

Externe Gruppen

(hier: externe) Stakeholder

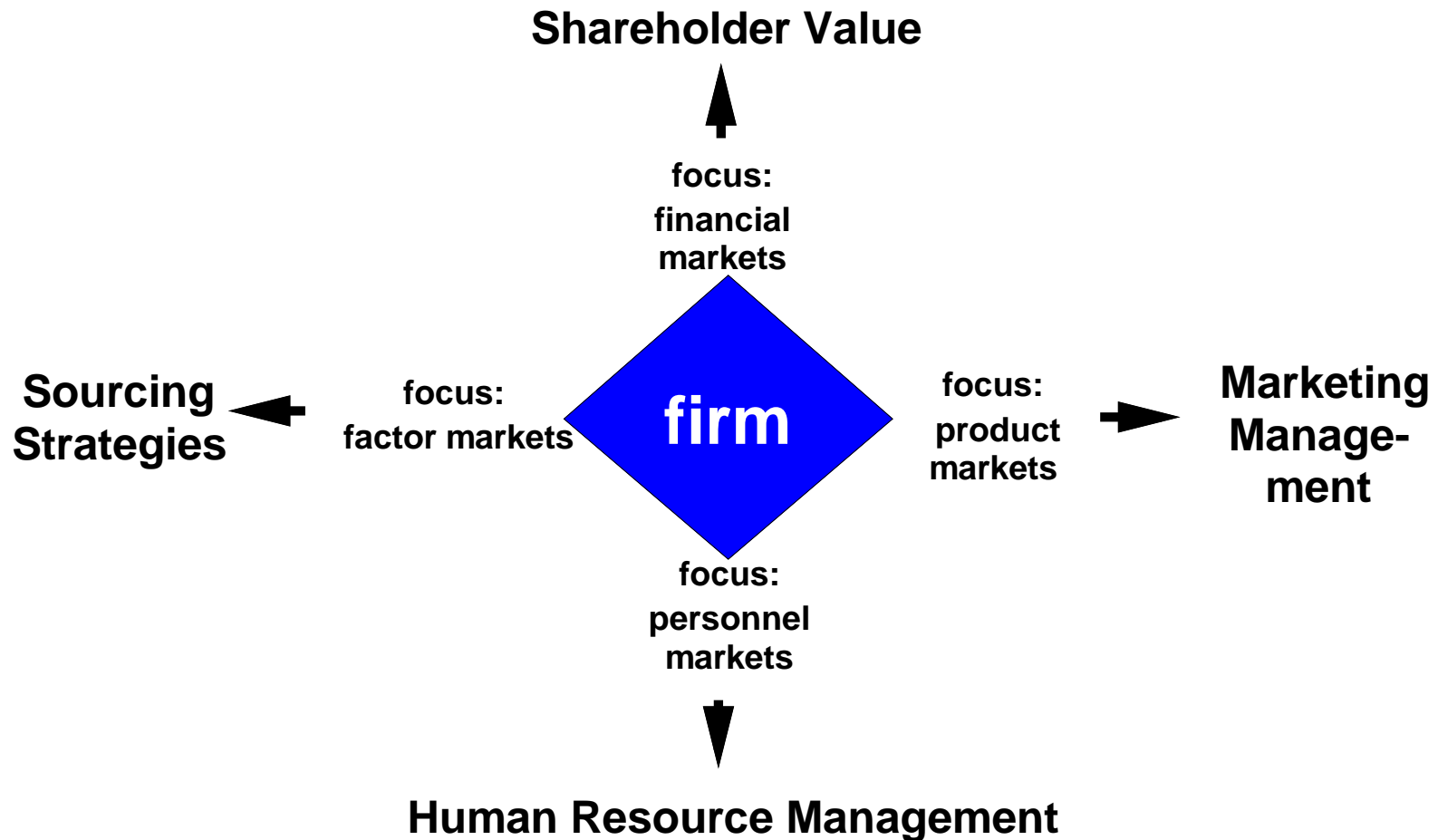
- Gruppen mit einem berechtigten Interesse an dem Unternehmen
- “Amounts at stake”



Shareholder

- Bereitstellung finanzieller Ressourcen
- Anteilseigner (Miteigentümer)

Handlungsfelder im Management der geschäftli. Außenbeziehungen



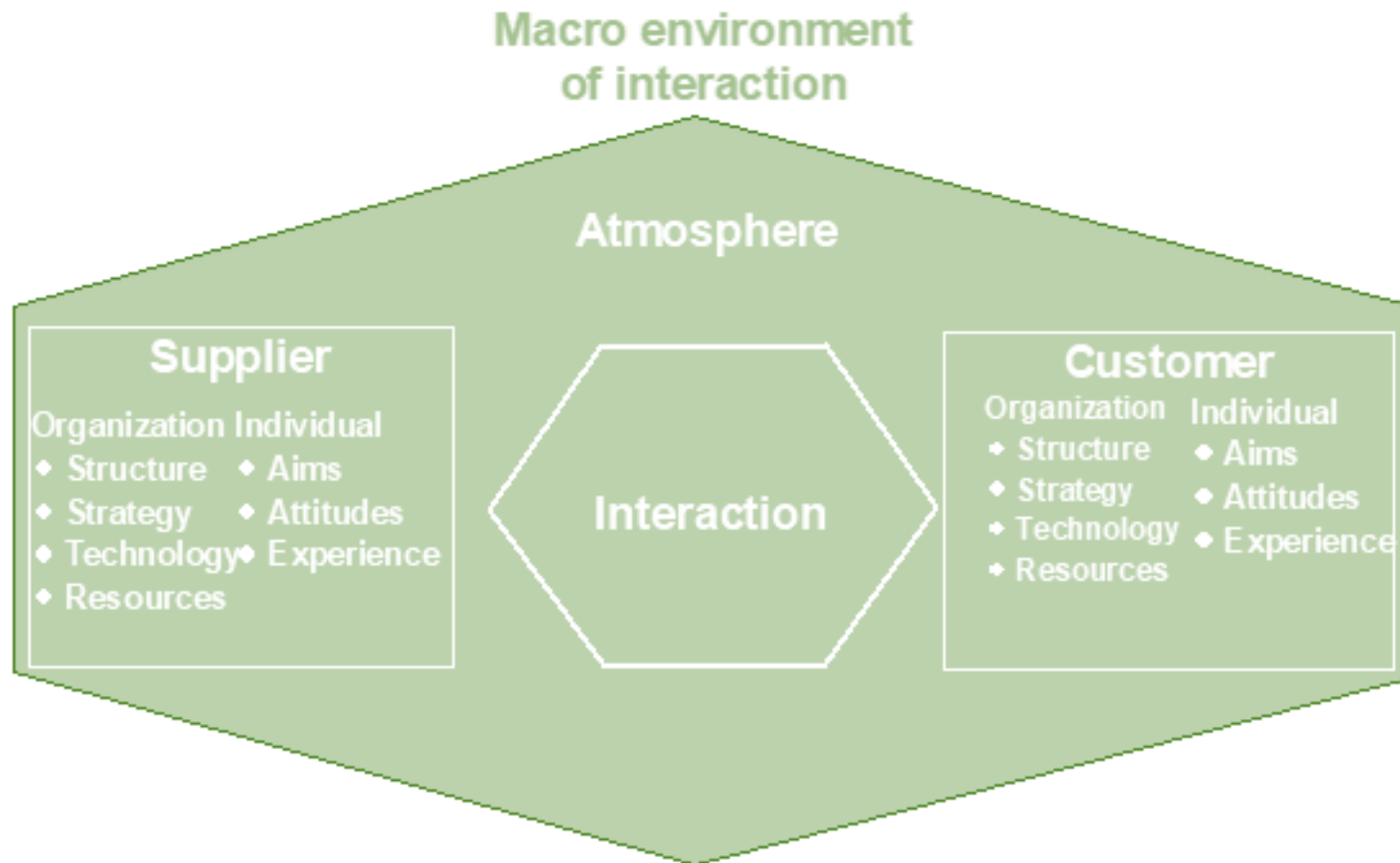
Shareholder Value: Investorenperspektive

Wertorientierte Unternehmensführung bezeichnet die Notwendigkeit, eine aus Sicht der Eigentümer angemessene Rendite für das eingesetzte Kapital zu erwirtschaften. Diese Steigerung des Unternehmenswertes dient als Basis zur langfristigen Existenzsicherung des Unternehmens.

Bei der wertorientierten Unternehmensführung steht die Steigerung des Unternehmenswertes im Mittelpunkt des Denkens und Handelns. Unternehmenswert wird nur dann gesteigert, wenn der „Return“ aus einem „Investment“ die von Investoren als angemessen angesehene Kapitalverzinsung übersteigt.

Quelle: Dillerup & Stoi (2006).

Absatz: Customer Relationship Management



Quelle: Turnbull/Valla (1986): S.5.

Beschaffung: Supply Management

Sourcing Management			
Art der Leistungsbereitstellung	Komplettkauf: System Sourcing/ Modular Sourcing		Komponentenkauf: Component Sourcing
Beschaffungsradius	Global Sourcing	International Sourcing	Local Sourcing
Anzahl von Beschaffungsquellen	Single Sourcing	Dual Sourcing	Multiple Sourcing
Zeitliche Abstimmung	Just-in-Time-Purchasing		Stock-Purchasing



Mono- versus multifokales Management



Fokalität im Management der Außenbeziehungen

Monofokales Management:

- Lokalisierung des Engpassbereichs
- Bearbeitung des Engpasses zwecks Auflösung

Multifokales Management:

- Ausgewogene Bedienung aller Stakeholdergruppen
- Ausrichtung auf individuelle Präferenzen

