

IMU Research Insights  
# 084

# Wann führt Vertriebssystem-Agilität zu gesteigertem Unternehmenswert?

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg  
Robin Wagner-Fabisch, M. Sc.  
Prof. Dr. Arnd Vomberg

2023

## Relevanz der Thematik

**Erste Studien** in verschiedenen Disziplinen **belegen das Leistungspotenzial agiler Ansätze**. **Ähnlich vielversprechend** könnte Agilität auf der Ebene des **Vertriebssystems** sein. **Aktuelle Entwicklungen** wie die fortschreitende Digitalisierung und globale Ereignisse wie die Coronapandemie **zwingen Unternehmen** dazu, **ihre Vertriebssysteme regelmäßig neu zu bewerten**, um sie rasch an das ständig wechselnde Kaufverhalten anpassen zu können. Frühere Forschungsarbeiten und Erfahrungen aus der Unternehmenspraxis zeigen allerdings, dass **Anpassungen des Vertriebssystems häufig zu Widerstand** seitens der Vertriebspartner **führen** und somit das **Leistungspotenzial von Vertriebssystem-Agilität schmälern**.

## Branchenbezug

**Branchenübergreifende Studie**  
(z. B. Maschinenbau, Informationstechnologie, Automotive, Elektronik, Baumaterialien, Metallverarbeitung, Lebensmittel, Medizintechnik und Feinmechanik, Chemikalien und Kunststoffe)

## Studiencharakteristika

- Quantitative **Online-Befragung (n = 476)** mit **Vertriebsverantwortlichen und Geschäftsführern**
- **Erhebung zugehöriger Leistungsdaten** aus Sekundärdatenbanken und weitere quantitative **Online-Befragung zugehöriger Vertriebspartner**
- Ergebnisse der Bemühungen mündeten in einer Stichprobe **von 101 Hersteller-Vertriebspartner-Dyaden (mit objektiven Leistungsdaten)**

## Zentrale Erkenntnisse / Implikationen

- Die **Auswirkungen von Vertriebssystem-Agilität** auf den Unternehmenswert sind **nicht immer positiv**, folglich kann **kein universaler Handlungsleitfaden** bereitgestellt werden
- Im Speziellen zeigt sich, dass die **Nutzung mehrerer Kanäle das Leistungspotenzial** von Vertriebssystem-Agilität **behindert**
- Unternehmen können den **negativen Effekten** von Vertriebssystem-Agilität mithilfe **formaler und informeller Governance-Mechanismen entgegenwirken**
- Die zentrale Schlussfolgerung dieser Studie ist daher, dass **aktives Management wichtig** ist, um die **wertsteigernden Effekte von Agilität zu erschließen**

Das **Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)** an der Universität Mannheim versteht sich als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Der wissenschaftlich hohe Standard wird gewährleistet durch die enge Anbindung des IMU an die Lehrstühle für Marketing & Sales an der Universität Mannheim, die national wie auch weltweit hohes Ansehen genießen. Die wissenschaftlichen Direktoren des IMU sind Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg und Prof. Dr. Sabine Kuester.

Wenn Sie an weiterführenden Informationen interessiert sind, können Sie uns gerne jederzeit kontaktieren unter:

Institut für Marktorientierte Unternehmensführung  
Universität Mannheim  
L5, 1  
68131 Mannheim  
Telefon: 0621 / 181-1560  
E-Mail: [robin.wagner-fabisch@uni-mannheim.de](mailto:robin.wagner-fabisch@uni-mannheim.de)

Besuchen Sie unsere Webseite: <https://www.bwl.uni-mannheim.de/imu/>

## Die Autoren:

**Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg** ist Inhaber des Lehrstuhls für Business to Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim. Zudem ist er Direktor des dortigen Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) sowie Gründer der Unternehmensberatung Homburg & Patner.

**Robin Wagner-Fabisch, M. Sc.** ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim.

**Prof. Dr. Arnd Vomberg** ist Inhaber des Lehrstuhls für Digitales Marketing und Marketing Transformation an der Universität Mannheim.