

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>IX</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XV</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XIX</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XXI</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Ziele der Arbeit.....	5
1.3 Struktur der Arbeit.....	6
<b>2 Begriffliche Abgrenzungen</b> .....	<b>9</b>
2.1 Industriegüterbereich.....	9
2.2 Transaktion.....	10
2.3 Geschäftsbeziehung.....	13
2.4 E-Business.....	16
2.5 Internet.....	19
2.5.1 Definition.....	19
2.5.2 Eigenschaften.....	21
2.5.2.1 Digitalität, Multimedialität und Interaktivität.....	22
2.5.2.2 Netzeffekte.....	24
2.6 Absatzweg.....	29
2.7 Internet-basierte Absatzwege.....	31
2.7.1 Definition.....	31
2.7.2 Typologien der Internet-basierten Absatzwege.....	31
2.7.2.1 Kardinalität.....	32
2.7.2.2 Güterkategorie.....	34
2.7.2.3 Beschaffungssituation.....	37
2.7.2.4 Transaktionsunterstützung.....	37
2.7.2.5 Transaktionsmechanismus.....	37
2.7.2.6 Zusammenfassung der Typologie.....	39
2.8 Auswirkungen.....	40
<b>3 Auswirkungen des Internets bzw. der Internet-basierten Absatzwege auf die Transaktionskosten</b> .....	<b>43</b>
3.1 Allgemeine Effekte der Informations- und Kommunikationstechnologie.....	43
3.2 Auswirkungen auf die Phasen des Transaktionsprozesses.....	45
3.2.1 Auswirkungen auf die Informationsphase.....	45

3.2.2	Auswirkungen auf die Vereinbarungsphase .....	46
3.2.3	Auswirkungen auf die Abwicklungsphase .....	47
3.2.4	Auswirkungen auf die Phase der expliziten Koordination.....	48
3.2.5	Zusammenfassende Darstellung.....	51
<b>4</b>	<b>Auswirkungen einer Internet-bedingten Suchkostensenkung auf den Preis .....</b>	<b>53</b>
4.1	Theoretische Beiträge .....	54
4.1.1	Mikroökonomische Beiträge .....	54
4.1.1.1	Auswirkungen auf den Preis für standardisierte Güter .....	54
4.1.1.2	Auswirkungen auf den Preis für differenzierbare Güter.....	58
4.1.2	Beiträge aus der Spieltheorie .....	63
4.1.2.1	Auswirkungen auf das Marktgleichgewicht.....	64
4.1.2.2	Auswirkungen auf das Marktversagen .....	66
4.1.3	Beiträge der Marketing-Forschung .....	68
4.1.3.1	Auswirkungen auf den Preis und die Bedeutung von Marken.....	68
4.1.3.2	Auswirkungen auf die Wahrnehmung von Produkten.....	70
4.2	Empirische Beiträge .....	73
4.2.1	Auswirkungen auf den Preis für standardisierte Güter .....	74
4.2.2	Auswirkungen auf den Preis für differenzierbare Güter.....	75
4.2.3	Die Bedeutung der relativen Anbietermarktmacht.....	77
4.2.4	Die Problematik der adversen Selektion .....	77
4.3	Integratives Modell zu den Auswirkungen auf den Preis .....	81
4.4	Kritische Würdigung des integrativen Modells.....	83
<b>5</b>	<b>Auswirkungen einer Internet-bedingten Transaktionskostensenkung auf die Koordination der ökonomischen Aktivität.....</b>	<b>87</b>
5.1	Theoretische Beiträge .....	87
5.1.1	Mikroökonomische Beiträge .....	87
5.1.2	Transaktionskosten-theoretische Beiträge .....	91
5.1.2.1	Definition der Transaktionskosten .....	91
5.1.2.2	Koordinationsformen .....	92
5.1.2.3	Grundlagen der Transaktionskostentheorie .....	93
5.1.2.4	Die 'Move-to-Market'-Hypothese .....	95
5.1.2.5	Die 'Move-to-the-Middle'-Hypothese .....	98
5.1.2.6	Die 'Mixed-Mode'-Hypothese .....	101
5.2	Empirische Beiträge .....	103
5.2.1	Überprüfung und Verwerfung der 'Move-to-Market'-Hypothese .....	103

5.2.2	Überprüfung und tendenzielle Bestätigung der 'Move-to-the-Middle'-Hypothese .....	104
5.2.3	Die Bedeutung nicht-vertraglich festlegbarer beziehungspezifischer Investitionen seitens des Lieferanten .....	105
5.3	Integratives Modell zu den Auswirkungen auf die Koordination der ökonomischen Aktivität.....	108
<b>6</b>	<b>Auswirkungen einer Internet-bedingten Transaktionskostensenkung auf die Bedeutung von Intermediären .....</b>	<b>111</b>
6.1	Theoretische Beiträge .....	111
6.1.1	Informationsökonomische Beiträge .....	111
6.1.2	Spieltheoretischer Beitrag .....	115
6.1.3	Transaktionskosten-theoretische Beiträge .....	116
6.1.4	Theoretische Beiträge aus der Handelsforschung .....	119
6.1.4.1	Funktionen des traditionellen Produktionsverbindungshandels.....	120
6.1.4.2	Auswirkungen des Internets auf die Funktionen des traditionellen Produktionsverbindungshandels .....	121
6.1.4.3	Strategische Optionen des gefährdeten Produktionsverbindungshandels .....	124
6.2	Empirische Beiträge .....	126
6.2.1	Intermediation und Disintermediation .....	126
6.2.2	Reintermediation und die Bedeutung dynamischer Kompetenzen.....	127
6.2.3	Die Bedeutung der Verzahnung von Handelsfunktionen.....	129
6.2.4	Auswirkungen auf die Handelsfunktionen .....	130
6.3	Integratives Modell zu den Auswirkungen auf die Bedeutung von Intermediären .....	136
<b>7</b>	<b>Empirische Untersuchung.....</b>	<b>139</b>
7.1	Methodologie.....	139
7.1.1	Begründung der Wahl des Realismus als Forschungsparadigma.....	141
7.1.2	Begründung der Wahl der Fallstudienforschung als Forschungsmethode.....	145
7.1.3	Validitäts- und Reliabilitätskriterien im Realismus .....	147
7.1.4	Begründung der methodologischen Vorgehensweise .....	152
7.1.4.1	Explorative vs. konfirmatorische Vorgehensweise .....	152
7.1.4.2	Explikative vs. deskriptive Vorgehensweise .....	154
7.1.4.3	Gewählte methodologische Vorgehensweise.....	155
7.1.5	Begründung der Wahl der Stichprobe .....	158
7.1.5.1	Begründung der Wahl der Branche.....	158

7.1.5.2	Begründung der Wahl der Fallstudien.....	161
7.1.5.3	Begründung der Wahl der Interviewpartner.....	164
7.1.6	Beschreibung der Prozeduren für die Datenerhebung.....	165
7.1.6.1	Interviewprotokoll.....	165
7.1.6.2	Fallstudien­datenbank.....	166
7.1.7	Beschreibung der Prozeduren für die Datenanalyse.....	167
7.2	Analyse.....	168
7.2.1	Management Internet-basierter Absatzwege.....	168
7.2.1.1	Planung.....	169
7.2.1.2	Durchführung.....	171
7.2.1.3	Kontrolle.....	175
7.2.1.4	Management Internet-basierter Absatzwege bei mittelständischen Unternehmen.....	179
7.2.2	Auswirkungen einer Internet-bedingten Suchkostensenkung auf den Preis.....	180
7.2.2.1	Wirkungsmechanismus der Preistransparenz.....	181
7.2.2.2	Wirkungsmechanismus der Allokationseffizienz.....	184
7.2.2.3	Wirkungsmechanismus der Bedeutung von Marken.....	185
7.2.2.4	Aktualisiertes integratives Modell.....	186
7.2.3	Auswirkungen einer Internet-bedingten Transaktionskostensenkung auf die Koordination der ökonomischen Aktivität.....	190
7.2.3.1	Wirkungsmechanismus der Suchintensität.....	191
7.2.3.2	Wirkungsmechanismen der Intensität der expliziten Koordination.....	195
7.2.3.3	Aktualisiertes integratives Modell.....	201
7.2.4	Auswirkungen einer Internet-bedingten Transaktionskostensenkung auf die Bedeutung von Intermediären.....	204
7.2.4.1	Wirkungsmechanismus der Intensität der Auslagerung von (Handels-) Funktionen.....	205
7.2.4.2	Wirkungsmechanismen der Wertschöpfung von Intermediären.....	205
7.2.4.3	Effekte auf traditionelle und neue Intermediäre.....	207
7.2.4.4	Aktualisiertes integratives Modell.....	208
<b>8</b>	<b>Schlussfolgerungen und Implikationen.....</b>	<b>213</b>
8.1	Schlussfolgerungen hinsichtlich der Forschungsfragen.....	213
8.1.1	Fazit hinsichtlich der Intensität industrieller Geschäftsbeziehungen.....	213
8.1.2	Fazit hinsichtlich der Bedeutung von Intermediären.....	216
8.2	Abschließende Bewertung der Bedeutung der Forschungsfragen.....	218
8.3	Implikationen aus Sicht der Wissenschaft.....	219
8.3.1	Methodologische Implikationen.....	219

8.3.2	<i>Inhaltliche Implikationen</i> .....	221
8.4	Implikationen aus Sicht der Praxis .....	223
8.4.1	Produktpolitische Implikationen.....	223
8.4.2	Preispolitische Implikationen.....	225
8.4.3	Distributionspolitische Implikationen.....	227
8.4.4	Kommunikationspolitische Implikationen.....	230
8.4.5	Implikationen für das Kundenbeziehungsmanagement.....	231
8.5	Einschränkungen der Arbeit und weiterer Forschungsbedarf.....	232
8.6	Zusammenfassung.....	235
	<b>Anhang</b> .....	<b>239</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>245</b>