

Kay Hafner

Kosten-Nutzen-Analysen bei neuen Medien

Eine Untersuchung an ausgewählten
Beispielen des Btx-Einsatzes im
Dienstleistungsmarketing

Herausgeber:
Prof. Dr. Heribert Meffert

Inhaltsverzeichnis

Stellenwert von Kosten-Nutzen-Analysen beim Einsatz neuer Informations- und Kommunikationstechnologien	1
1. Relevanz neuer Informations- und Kommunikationstechnologien für das Marketing	1
2. Bedeutung von Kosten-Nutzen-Analysen bei der Einsatzbeurteilung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien	^
3. Begriffsabgrenzung und Paradigma zur Anwendung von Kosten-Nutzen-Analysen bei neuen Informations- und Kommunikationstechnologien	18
4. Zielsetzung und Gang der Untersuchung	27
B. Theoretische Konzeption zur Anwendung von Kosten-Nutzen-Analysen bei neuen Informations- und Kommunikationstechnologien	32
1. Theoretische Einordnung der Untersuchung	32
1.1 Kennzeichnung zentraler Theorieansätze	32
1.2 Investitions- und akzeptanztheoretische Grundlagen der Untersuchung	38
1.3 Technologieorientierte Forschungsansätze zur Bestimmung von Kosten-Nutzen-Relationen	47
2. Anwendungsvoraussetzungen für Kosten-Nutzen-Analysen bei neuen Informations- und Kommunikationstechnologien	52
2.1 Anforderungen an Kosten-Nutzen-Analysen	52
2.2 Probleme der Übertragbarkeit und Anwendung traditioneller Kosten-Nutzen-Analysen	57
3. Konzept zur Anwendung von Kosten-Nutzen-Analysen bei neuen Informations- und Kommunikationstechnologien	61
3.1 Charakterisierung der Konzeptebenen und -merkmale	61
3.2 Zusammenhang der Konzeptebenen und -merkmale	66

	Seite
Kosten-Nutzen-Analysen als Entscheidungsinstrument beim Einsatz von Bildschirmtext im Marketing	69
1. Stellenwert und Entwicklungsstand von Bildschirmtext als ausgewähltem Untersuchungsgegenstand	69
2. Ziele und Basisstrategien des Btx-Einsatzes als Ausgangspunkt der Kosten-Nutzen-Analyse	76
3. Prozeß und Phasenschema der Kosten-Nutzen-Analyse beim Btx-Einsatz	83
4. Entscheidungstatbestände von Kosten-Nutzen-Analysen beim Btx-Einsatz im Marketing	88
4.1 Kriterien der Kosten-Nutzen-Analyse	88
4.11 Systematisierung relevanter Bestimmungsfaktoren und Kriterien	88
4.12 Bestimmungsfaktoren der Kriterienauswahl und -gewichtung	90
4.13 Kostenkriterien	96
4.14 Nutzenkriterien	102
4.2 Methoden der Kosten-Nutzen-Analyse	110
4.21 Systematisierung relevanter Methoden	110
4.22 Eindimensionale Methoden	115
4.23 Mehrdimensionale Methoden	125
4.231 Oberblick relevanter Analyseansätze	125
4.232 Verfahren der erweiterten Investitionsrechnung	131
4.233 Integrierte Gesamtmodelle	139
4.24 Möglichkeiten zur Berücksichtigung der Unsicherheit bei ein- und mehrdimensionalen Methoden	152
4.3 Anwendungsbereiche von Kosten-Nutzen-Analysen	158
4.31 Systematisierung relevanter Anwendungsbereiche	158
4.32 Aggregierte Kosten-Nutzen-Analysen	162
4.33 Disaggregierte Kosten-Nutzen-Analysen	164
5. Ansatzpunkte und Instrumente für Kosten-Nutzen-Kontrollen	168
6. Zusammenfassende Würdigung der Analyseansätze	178
D. Kosten-Nutzen-Analysen beim Btx-Einsatz in ausgewählten Problemfeldern des Dienstleistungsmarketing	182
1. Kosten-Nutzen-Analysen bei Verlagen	183

ite

69

2. Kosten-Nutzen-Analysen bei Kreditinstituten	
3. Kosten-Nutzen-Analysen bei Gewinnspiel unternehmen	203
E. Mehrstufige Entscheidungsmodelle zur Anwendung von Kosten-Nutzen-Analysen bei neuen Informations- und Kommunikationstechnologien	212
1. Aufbau und Anforderungsprofil von strategischen und operativen Entscheidungsmodellen der Kosten-Nutzen-Analyse	212
2. Darstellung eines mehrstufigen strategischen Entscheidungsmodells	217
3. Darstellung eines mehrstufigen operativen Entscheidungsmodells	221
F. Implikationen der Untersuchung für Marketing und Unternehmensführung	226
1. Zusammenfassende Würdigung der Untersuchungsergebnisse	226
2. Schlußfolgerungen für Unternehmenspraxis und Forschung	229
Anhang I : Aktuelle Situation und Zukunftsperspektiven elektronischer Medien	235
Anhang II : Kennzeichnung der explorativen Projektstudie	237
Anhang III : Gesprächsleitfaden zur Projektstudie	239
Literaturverzeichnis	251