

**Alexander Unterschütz**

# **Einfluss unternehmens- übergreifender Informationssysteme auf industrielle Geschäftsbeziehungen**

**Untersuchung in der Automobilbranche**

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Peter Witt

**Deutscher Universitäts-Verlag**

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XXI
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Problemstellung und Zielsetzung.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Gliederung der Arbeit.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Industrieller Leistungsaustausch.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Definition und Abgrenzung des Industriegüterbegriffs.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Transaktionen.....</b>	<b>12</b>
2.2.1 Definition des Transaktionsbegriffs.....	13
2.2.2 Phasenmodelle von Industriegütertransaktionen.....	14
2.2.3 Typologien von Industriegütertransaktionen.....	19
2.2.4 Koordination von Industriegütertransaktionen.....	25
<b>2.3 Industrielle Geschäftsbeziehungen.....</b>	<b>29</b>
2.3.1 Definition einer Geschäftsbeziehung.....	29
2.3.2 Bedeutung von Geschäftsbeziehungen im Industriegütergeschäft.....	31
<b>2.4 Theoretisches Fundament der industriellen         Geschäftsbeziehungsforschung.....</b>	<b>35</b>
2.4.1 Neoklassisch orientierte Ansätze.....	37
2.4.2 Neue Institutionenökonomik.....	42
2.4.3 Verhaltenswissenschaftliche Ansätze.....	56
<b>2.5 Messgrößen eines kundengerichteten         Geschäftsbeziehungsmanagements.....</b>	<b>70</b>

2.5.1	Zufriedenheit.....	71
2.5.2	Vertrauen.....	73
2.5.3	Commitment.....	74
2.5.4	Kausale Zusammenhänge zwischen den Konstrukten.....	76
<b>3. Informationssysteme zur Unterstützung industriellen</b>		
	<b>Leistungsaustauschs.....</b>	<b>78</b>
( 3.1 /	<b>Information und Kommunikation.....</b>	<b>78</b>
3.1.1	Definition des Informationsbegriffs.....	78
3.1.2	Definition des Kommunikationsbegriffs.....	79
3.1.3	Konventionelle Grundformen der Kommunikation.....	82
(3.2 j	<b>Interorganisationale Informationssysteme.....</b>	<b>84</b>
3.2.1	Computergestützte Kommunikation.....	84
3.2.2	Arten computergestützter Informations- bzw. Kommunikationssysteme.....	87
3.2.3	Einsatz von Informations- bzw. Kommunikationssystemen zur Transaktionsunterstützung.....	90
(3.2.4)	Nutzendimensionen interorganisationaler Informationssysteme.....	93
<b>3.3</b>	<b>Einsatzmöglichkeiten in industriellen Geschäftsbeziehungen.....</b>	<b>97</b>
3.3.1	Informationsphase.....	98
3.3.2	Verhandlungs- und Vereinbarungsphase.....	103
3.3.3	Abwicklungsphase.....	106
3.3.4	Nutzungs- und Evaluierungsphase.....	110
3.3.5	Bewertung des Nutzens interorganisationaler Informationssysteme entlang des Transaktionsprozesses.....	113

<b>4. Einfluss interorganisationaler Informationssysteme auf Geschäftsbeziehungen.....</b>	<b>115</b>
<b>(4.1) Auswirkungen der einzelnen Nutzendimensionen.....</b>	<b>116</b>
4.1.1 Verbesserung der Informationsverfügbarkeit.....	116
4.1.2 Verbesserung der Effizienz des Informationsaustauschs.....	123
4.1.3 Verbesserung der Koordination.....	125
<b>f 4.2/ Gesamteinfluss des Einsatzes interorganisationaler Informationssysteme.....</b>	<b>129</b>
<b>4.3 Einfluss moderierender Faktoren.....</b>	<b>131</b>
<b>4.4 Zusammenfassung der Hypothesen.....</b>	<b>135</b>
4.4.1 Zusammenfassung der Einzelhypothesen.....	135
4.4.2 Zusammenfassung der Basishypothesen.....	136
4.4.3 Zusammenfassung der Hypothesen zum Einfluss moderierender Faktoren.....	137
<b>5. Konzeption der empirischen Untersuchung.....</b>	<b>139</b>
<b>5.1 Befragungsvorgehen.....</b>	<b>139</b>
5.1.1 Auswahl der Zielgruppe.....	139
5.1.2 Festlegung der Erhebungsmethode.....	142
5.1.3 Durchführung der Erhebung.....	143
<b>5.2 Fragebogendesign.....</b>	<b>145</b>
5.2.1 Aufbau des Fragebogens.....	145
5.2.2 Problematik der Messung hypothetischer Konstrukte.....	147
5.2.3 Konzeptualisierung der Nutzendimensionen interorganisationaler Informationssysteme.....	149
5.2.4 Konzeptualisierung der Geschäftsbeziehungskonstrukte "Zufriedenheit", "Vertrauen" und "Commitment".....	153

5.2.5	Konzeptualisierung der moderierenden Variablen.....	163
<b>5.3</b>	<b>Methodik und Vorgehensweise der quantitativen Auswertung.....</b>	<b>167</b>
5.3.1	Vorgehensweise bei der Ermittlung der Skalenwerte für die hypothetischen Konstrukte.....	168
5.3.2	Methodik zur Untersuchung der Hypothesen und zur Ableitung weiterer Aussagen.....	173
<b>6.</b>	<b>Empirische Befunde.....</b>	<b>176</b>
<b>6.1</b>	<b>Merkmale der untersuchten Population.....</b>	<b>176</b>
6.1.1	Merkmale der Teilnehmer.....	176
6.1.2	Merkmale der beurteilten Geschäftsbeziehung.....	181
<b>6.2</b>	<b>Einsatzintensitäten interorganisationaler Informationssysteme.....</b>	<b>188</b>
<b>6.3</b>	<b>Beurteilung von Zufriedenheit, Vertrauen und Commitment.....</b>	<b>198</b>
<b>6.4</b>	<b>HypothesenÜberprüfung.....</b>	<b>208</b>
6.4.1	Zusammenhänge zwischen Zufriedenheit, Vertrauen und Commitment.....	208
6.4.2	Zusammenhänge zwischen dem Einsatz interorganisationaler Informationssysteme und der Geschäftsbeziehungsbeurteilung . . . .	210
6.4.3	Einfluss moderierender Faktoren auf die unterstellten Zusammenhänge.....	215
6.4.4	Zusammenfassung der Ergebnisse der Hypothesenüberprüfung.....	217
<b>7.</b>	<b>Diskussion und Implikationen.....</b>	<b>220</b>
<b>7.1</b>	<b>Implikationen für die Praxis.....</b>	<b>222</b>
<b>7.2</b>	<b>Bewertung der Untersuchungsergebnisse aus Sicht der Marketingwissenschaft.....</b>	<b>229</b>
<b>Anhang:</b>	<b>Fragebogen.....</b>	<b>233</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>		<b>245</b>