

Jan Thido Karlshaus

Die Nutzung von Kostenrechnungs- informationen im Marketing

**Bestandsaufnahme, Determinanten
und Erfolgsauswirkungen**

**Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Christian Homburg**

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
1. Einleitung	1
1.1 Einführung in die Themenstellung	1
1.1.1 Informationen und Informationsnutzung	1
1.1.2 Nutzung von Kostenrechnungsinformationen im Marketing	3
1.2 Fragestellungen der Arbeit und Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes	6
1.3 Aufbau der Arbeit	8
2. Grundlagen der Untersuchung	10
2.1 Bestandsaufnahme der bisherigen Forschung	10
2.1.1 Forschung zur Beziehung zwischen Marketing und Kostenrechnung	10
2.1.1.1 Überblick über die bisherige Forschung	10
2.1.1.2 Anwendungsgebiete von Kostenrechnungsinformationen im Marketing	15
2.1.1.3 Gegenwärtiger Entwicklungsstand der Zusammenarbeit zwischen Marketing und Kostenrechnung	17
2.1.1.4 Erkenntnisbeitrag der bisherigen Forschung	21
2.1.2 Forschung zur Nutzung von Informationen durch das Management	22
2.1.2.1 Bezugspunkte in der Marketingforschung	22
2.1.2.1.1 Konzeptionelle Beiträge	22
2.1.2.1.2 Ergebnisse empirischer Untersuchungen	25
2.1.2.2 Bezugspunkte in der Kostenrechnungsforschung	37
2.1.2.2.1 Konzeptionelle Beiträge	37
2.1.2.2.2 Ergebnisse empirischer Untersuchungen	40
2.1.2.3 Zusammenfassung: Erkenntnisbeitrag der bisherigen Forschung	50
2.2 Theoretische Grundlagen der Untersuchung	54
2.2.1 Der Systemtheoretische Ansatz	54
2.2.2 Der Situative Ansatz	59
2.2.3 Der Ressourcenbasierte Ansatz	63
2.2.4 Zusammenfassende Darstellung der Beiträge der theoretischen Bezugspunkte	68
2.3 Bezugsrahmen der Untersuchung	69
2.3.1 Nutzung von Informationen	70
2.3.2 Zusammenfassende Darstellung des Bezugsrahmens der Untersuchung	72

2.4 Methodische Grundlagen der Untersuchung	74
2.4.1 Datenerhebung und Datengrundlage	75
2.4.1.1 Datenerhebung	75
2.4.1.2 Datengrundlage	79
2.4.2 Methodisches Vorgehen	80
2.4.2.1 Gütebeurteilung der Messung	81
2.4.2.1.1 Grundlegende Aspekte zur Methodik der Konstruktmessung	81
2.4.2.1.2 Gutekriterien der ersten Generation	83
2.4.2.1.3 Gutekriterien der zweiten Generation	86
2.4.2.2 Methoden der Dependenzanalyse	90
2.4.2.2.1 Regressionsanalyse	90
2.4.2.2.2 Kausalanalyse	93
3. Empirische Bestandsaufnahme zur Nutzung von Kostenrechnungsinformationen	99
3.1 Bestandsaufnahme zur Anwendung von Kostenrechnungsmethoden	99
3.2 Bestandsaufnahme zur Unterstützung in Entscheidungsfeldern des Marketing	107
3.3 Bestandsaufnahme zu verschiedenen Arten der Nutzung von Kostenrechnungsinformationen	111
4. Determinanten der Nutzung von Kostenrechnungsinformationen	115
4.1 Charakteristika der Umwelt und Informationsnutzung	115
4.1.1 Relevante Einflußgrößen und ihre Operationalisierung	115
4.1.1.1 Marktdynamik	115
4.1.1.2 Interne Dynamik	118
4.1.1.3 Formalisierungsgrad der Organisationsstruktur	119
4.1.1.4 Zentralisierungsgrad der Organisationsstruktur	121
4.1.2 Hypothesenformulierung	122
4.2 Charakteristika der Informationen und Informationsnutzung	126
4.2.1 Relevante Einflußgrößen und ihre Operationalisierung	126
4.2.1.1 Komplexität der Kostenrechnung	127
4.2.1.2 Dynamik der Kostenrechnung	128
4.2.1.3 Qualität der Informationen	129
4.2.2 Hypothesenformulierung	132

4.3 Charakteristika der Kunden-Lieferanten-Beziehung und Informationsnutzung	135
4.3.1 Relevante Einflußgrößen und ihre Operationalisierung	135
4.3.1.1 Formalisierungsgrad des Kontaktes	135
4.3.1.2 Häufigkeit des Kontaktes	136
4.3.1.3 Vertrauen des Nutzers	137
4.3.1.4 Interne Kundenorientierung der Kostenrechnung	138
4.3.1.5 Konfliktausmaß	139
4.3.2 Hypothesenformulierung	140
4.4 Individuelle Charakteristika und Informationsnutzung	146
4.4.1 Relevante Einflußgrößen und ihre Operationalisierung	146
4.4.1.1 Berufserfahrung des Nutzers	146
4.4.1.2 Kompetenz des Nutzers	147
4.4.2 Hypothesenformulierung	149
4.5 Beziehung zwischen verschiedenen Arten der Informationsnutzung	151
4.5.1 Operationalisierung der verwendeten Konstrukte	151
4.5.2 Hypothesenformulierung	156
4.6 Ergebnisse der empirischen Analysen	158
4.6.1 Ergebnisse der Regressionsanalysen	158
4.6.2 Ergebnisse der Kausalanalyse	163
5. Erfolgsauswirkungen der Nutzung von Kostenrechnungsinformationen	169
5.1 Relevante Erfolgsgrößen und ihre Operationalisierung	169
5.2 Hypothesenformulierung	173
5.3 Ergebnisse der empirischen Analysen	177
6. Schlußbetrachtung	182
6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	182
6.2 Wissenschaftliche Bewertung	185
6.3 Implikationen für die Praxis	189
Literaturverzeichnis	193