

**Frank Jacob**

# **Geschäftsbeziehungen und die Institutionen des marktlichen Austauschs**

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp

**Deutscher Universitäts-Verlag**

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Verzeichnis der Gleichungen.....	XIX
Verzeichnis der in Gleichungen verwendeten Variablen.....	XXI
1 Einleitung.....	1
2 Problemstellung und Vorgehensweise.....	3
2.1 Geschäftsbeziehungen im modernen Marketing.....	3
2.2 Die Relevanz von Geschäftsbeziehungen.....	9
2.2.1 Induktiver Nachweis der Relevanz.....	9
2.2.2 Deduktiver Nachweis der Relevanz.....	12
2.2.2.1 Geschäftsbeziehung und Systemgeschäft.....	12
2.2.2.2 Geschäftsbeziehung und Customizing.....	14
2.2.2.3 Geschäftsbeziehung und Kernkompetenzen.....	16
2.3 Die Förderung des Wiederkaufverhaltens als Handlungsmaxime für Anbieter.....	18
2.3.1 Der ‚einfache‘ Wettbewerbsvorteil und Wiederkaufverhalten.....	18
2.3.2 Der ‚pathologische‘ Wettbewerbsvorteil und Wiederkaufverhalten.....	21
2.4 Die Heterogenität von Geschäftsbeziehungen als Management-Aufgabe für das Marketing.....	23
2.5 Theoretische Rahmenbedingungen und Gang der Untersuchung.....	31
2.5.1 Theorien der Erklärung von Geschäftsbeziehungen.....	31
2.5.2 Plan der Untersuchung.....	36
3 Theorie der Institutionendes marktlichen Austauschs.....	39
3.1 Der Begriff der Institution.....	39
3.1.1 Institutionenbegriff und institutionenökonomische Forschung.....	41
3.1.2 Definitionen in der Literatur.....	44
3.1.3 Ökonomische Standardinterpretationen der Institution.....	47
3.1.4 Allgemeine Merkmale von Institutionen.....	51
3.1.5 Entwicklung eines Wirkmodells der Institution.....	58

3.2	Institutionen des marktlichen Austauschs.....	59
3.2.1	Institutionen in einer institutionellen Betriebswirtschaftstheorie.....	59
3.2.2	Grundformen der Institutionen des marktlichen Austauschs.....	69
3.2.2.1	Der Austauschvertrag als Institution.....	70
3.2.2.2	Das Pfand als Institution.....	72
3.2.2.3	Das bilaterale Verhaltensprogramm als Institution.....	73
4	Institutionenökonomische Modellierung des Wiederkaufverhaltens.....	77
4.1	Oliver E. Williamson zu den ökonomischen Institutionen des Kapitalismus.....	77
4.1.1	Grundlagen der Transaktionskostentheorie.....	78
4.1.2	Das Unterpandmodell nach Williamson.....	81
4.2	Modifiziertes Unterpandmodell für Vertrag, Pfand und bilaterales Verhaltensprogramm.....	86
4.2.1	Effizienz von ‚Vertrag‘ und ‚Pfand‘ bei statischer Betrachtung.....	90
4.2.2	Effizienz der Institutionen bei einfacher Dynamik.....	95
4.2.2.1	Verbundvorteile der Partneridentität.....	96
4.2.2.2	Vertrag und Pfand bei einfacher Dynamik.....	105
4.2.2.3	Das bilaterale Verhaltensprogramm bei einfacher Dynamik.....	109
4.2.2.4	Einfache Dynamik und Wiederkaufverhalten.....	115
5	Zwischenfazit: Institutionen und Wiederkaufverhalten.....	117
6	Marktprozesstheoretische Untersuchung des Wiederkaufverhaltens.....	121
6.1	Marktprozesstheorie und Veränderungen des Wissens.....	122
6.1.1	Grundlagen der Marktprozesstheorie österreichischer Prägung.....	123
6.1.2	Theorien des Wissens in der Betriebswirtschaftslehre.....	129
6.1.2.1	Lernkurveneffekte.....	131
6.1.2.2	Diffusionstheorie.....	134
6.1.2.3	Knowledge creation.....	136
6.1.2.4	Integrativitätstheorie.....	140
6.1.3	Wissen im marktlichen Austausch.....	142
6.2	Wissensveränderung und die Effizienz der Institutionen.....	144
6.2.1	Dynamische Transaktionskosten in der institutionellen Mikroökonomik.....	144
6.2.2	Lernvorteile und die Effizienz der Institutionen.....	150

6.2.3	Effizienz der Institutionen unter Berücksichtigung dynamischer Transaktionskosten.....	154
7	Zwischenfazit: Determinantes Wiederkaufverhaltens.....	159
8	Institutionen und die Heterogenität von Geschäftsbeziehungen.....	163
8.1	Ein Grundmodell zum Management von Heterogenität.....	163
8.2	Besonderheiten von Geschäftsbeziehungen für das Management von Heterogenität.....	166
8.3	Ökonomische Profile von Vertrag und Pfand als Ressourcen der Akteure.....	168
8.3.1	Der Vertrag als Ressource der Akteure.....	168
8.3.2	Das Pfand als Ressource des Akteurs.....	171
8.3.3	Das bilaterale Verhaltensprogramm als Reflex der Ressourcen der Akteure.....	174
8.4	Die Rolle der Institutionen bei der Gestaltung und Bewertung von Geschäftsbeziehungen.....	175
8.4.1	Die Wahl der Institutionen in Abhängigkeit von geteilten Erwartungen der Akteure.....	176
8.4.2	Die Institution als Indikator der Erwartungen.....	185
8.4.3	Praktische Anwendungs- und Umsetzungsmöglichkeiten.....	192
9	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	199
9.1	Die beschränkte Eignung der Institutionenökonomik für die Erklärung der Heterogenität von Geschäftsbeziehungen.....	199
9.2	Spekulation und Übereinkunft als Grundlagen ökonomischer Entscheidungen.....	202
	Literaturverzeichnis.....	209