

**Schriftenreihe der**  
**Zeitschrift für Betriebswirtschaft**  
**Herausgeber: Prof. Dr. Drs. h. c. Erich Gutenberg**

---

**Band 10** ١٠

# **Das Marketing von Investitionsgütern**

**Theoretische und empirische Perspektiven  
eines Interaktionsansatzes**

**Von**

**Prof. Dr. Werner Kirsch und Dr. Michael Kutschker**

**GABLER**

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Ansätze und Entwicklungstendenzen in der Literatur zum Investitionsgüter-Marketing — Auf dem Wege zu einem Interaktionsansatz . . . . .	9
1.1 Organisationslose Betrachtungen des Investitionsgütermarketing . . .	9
— Normative Verkäuferansätze . . . . .	9
— Beschaffungs- und investitionspolitische Ansätze . . . . .	10
— Modelle des industriellen Käufers . . . . .	11
1.2 Monoorganisationale Ansätze des Investitionsgütermarketing . . .	13
— Absatztheoretische Ansätze . . . . .	13
— Modelle organisationalen Beschaffungsverhaltens . . . . .	14
— Instrumentalansätze mit Käufermodell . . . . .	15
1.3 Interaktionsansätze . . . . .	17
— Personale Interaktionsansätze . . . . .	19
— Organisationale Interaktionsansätze . . . . .	21
1.4 Entwicklungspfad einer Theorie des Investitionsgütermarketing . . .	25
2. Der Interaktionsansatz des Investitionsgütermarketing — Eine theoretische Skizze . . . . .	29
2.1 Investitionsgütertransaktionen und komplexe Probleme . . . . .	30
— Der Problemgehalt von Investitionsgütertransaktionen . . . . .	30
— Der Begriff des komplexen Problems . . . . .	32
— Bestimmungsfaktoren der Problemkomplexität . . . . .	33
2.2 Transaktionsepisoden . . . . .	34
— Hauptmerkmale von Episoden der Investitionsgütertransaktion . . . . .	34
— Zum methodologischen Status des Episodenkonzeptes . . . . .	35
— Die Entscheidungsperspektive der Transaktionsepisoden . . . . .	37
2.3 Potentiale für Investitionsgütertransaktionen . . . . .	39
— Aufbau und Aktivierung von Potentialen . . . . .	40
— Der methodologische Status des Potentialkonzeptes . . . . .	41
— Episoden und Systeme der Potentialentwicklung . . . . .	43

2.4	Morphologie des sozio-ökonomischen Feldes der Investitionsgütertransaktion . . . . .	43
	— Soziale Systeme und soziale Kategorien im sozialökonomischen Feld . . . . .	44
	— Organisationen, Gruppen, Koalitionen und Kollektive . . . . .	45
	— Sozio-ökonomisches Feld und Märkte . . . . .	46
2.5	Abschließende Bemerkungen . . . . .	48
3.	Der Interaktionsansatz im empirischen Prüffeld . . . . .	50
3.1	Vorbemerkungen zum methodologischen Status der empirischen Befunde . . . . .	50
3.2	Die Komplexität der Entscheidungssituation als zentrale Variable . . . . .	56
3.3	Verhandlungen in Transaktionsepisoden . . . . .	64
3.4	Der Einfluß von Merkmalen des strukturellen Umfeldes der Transaktionsepisode . . . . .	69
	Literaturverzeichnis . . . . .	72