

Petra Beck

Qualitätsmanagement und Transaktions- kostenansatz

Instrumente zur Optimierung
Vertraglicher Vertriebssysteme

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Armin Töpfer

Technische Universität Darmstadt
Fachbereich 1
Betriebswirtschaftliche Bibliothek
Inventar-Nr.: 48.890
Abstell-Nr.: A 12/2861
.....
.....
.....

DeutscherUniversitätsVerlag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
I. Einführung	1
1. Problemstellung	1
2. Konzeption der Arbeit - Forschungsdesign	3
2.1. Grundbegriffe - Händler und Handelsunternehmung	5
2.2. Aggregate im Wirkungszusammenhang	6
3. Aufbau der Arbeit	7
4. Die Neue Institutionenökonomik	9
II. Der Transaktionskostenansatz	11
1. Transaktionskosten	13
2. Verhaltensannahmen und Dimensionen	16
2.1. Eingeschränkte Rationalität	17
2.2. Opportunismus	17
2.3. Dimensionen der betrachteten Transaktionen	19
2.3.1. Spezifität von Investitionen	19
2.3.2. Unsicherheit	20
2.3.3. Häufigkeit	21
3. Der Vertragsentwurf	21
3.1. Vertrag und Transaktion	24
3.2. Property Rights als Grundlage von Verträgen	25
4. Gegenwärtiger Forschungsstand zur Erklärung der Gestaltung Vertraglicher Vertriebssysteme - eine Erweiterung des Transaktionskostenansatzes	26
4.1. Der adäquate Referenzpunkt	28

4.2. Eine Klassifikation von Vertriebsverträgen nach Bindungs- und Zentralisationsgrad	29
4.3. Bindungsintensität, Zentralisationsgrad und Spezifität in Vertraglichen Vertriebssystemen	31
III. Vertragliche Vertriebssysteme aus vertragstheoretischer Sicht – eine Ergänzung des bisherigen Forschungsstandes	33
1. Funktionen von Bindungen	34
2. Funktionen als Determinante von Vertriebsverträgen	36
3. Inhaltsanalyse ausgewählter vertraglicher Vertriebssysteme	38
3.1. Handelsvertretung mit Preisbindung	38
3.1.1. Begriff und Funktion	39
3.1.2. Ein Vertrag mit Preisbindung	40
3.1.3. Charakteristika des Vertrages	41
3.1.3.1. Vertragsart	41
3.1.3.2. Vertragsinhalt	43
3.1.3.3. Vertragskontrolle	44
3.2. Alleinvertriebsbindung	47
3.2.1. Der Tankstellenvertrag	48
3.2.2. Charakteristika des Vertrages	50
3.2.2.1. Vertragsart	51
3.2.2.2. Vertragsinhalt	52
3.2.2.3. Vertragskontrolle	54
3.3. Der Vertragshandel	55
3.3.1. Der Vertragshändlervertrag	56
3.3.2. Charakteristika des Vertrages	57
3.3.2.1. Vertragsart	58
3.3.2.2. Vertragsinhalt	59
3.3.2.3. Vertragskontrolle	62
3.4. Das Franchising	62

3.4.1. Der Franchisevertrag	64
3.4.2. Charakteristika des Vertrages	68
3.4.2.1. Vertragsart	68
3.4.2.2. Vertragsinhalt	70
3.4.2.3. Vertragskontrolle	72
4. Zusammenfassung des bisherigen Forschungsstandes	77
4.1. Grundsätzliches	77
4.2. Vertragliche Vertriebssysteme im einzelnen	78
IV. Qualitätsmanagement Vertraglicher Vertriebssysteme	80
1. Grundlagen	80
1.1. Das Gestaltungskriterium der Qualität	80
1.2. Kosten aus traditioneller und erweiterter Sicht	90
1.3. Funktionen und Bindungen auf dynamischer Grundlage	94
2. Die acht Gestaltungsfelder eines Qualitätsmanagements	97
2.1. Führung durch die Geschäftsleitung	97
2.2. Strategische Ausrichtung	99
2.2.1. Die unternehmerische Vision	103
2.2.2. Strategische Geschäftseinheiten und Qualitätskosten	105
2.2.3. Eine Kulturtypologie in Vertraglichen Vertriebssystemen	111
2.2.4. Kultur-Strategie-Fit	116
2.2.5. Vertragslebenszyklus	121
2.3. Prozeßmanagement	123
2.3.1. Kerngeschäfte und Kernprozesse	124
2.3.2. Überdenken von Unternehmensprozessen	127
2.3.3. Prozeßkostenorientierung	129

2.4. Mitarbeiterorientierung	134
2.4.1. Mitarbeiterorientierung und Qualitätskosten	134
2.4.2. Kostenwirkungen strategischer Allianzen	137
2.4.3. Implementierung der mitarbeiterorientierten Qualitätsverbesserung	140
2.5. Umgang mit Ressourcen	143
2.5.1. ECR- Informationsmanagement	144
2.5.2. Lean Management	145
2.6. Gesellschaftsorientierung und gesellschaftliche Verantwortung	146
2.7. Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit	148
2.7.1. Theoretische Fundierung der Kundenzu- friedenheit - der Ansatz von Hirschman	149
2.7.2. Kundenzufriedenheit und Qualitätskosten	152
2.8. Geschäftsergebnisse	157
2.8.1. Grundlagen	157
2.8.2. Erlössicherung im Qualitätsmanagement	160
V. Ergebnisse	165
Literaturverzeichnis	173