

Claus Muchna

# Strategische Marketing-Früherkennung auf Investitionsgüter- märkten

A 28  
S 11  
1.2.2.3  
1.2.2.3

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inv.-Nr.:	39.621
Abstell-Nr.:	A 28/1696
Sachgebiete:	1.2.2
	S. 1.1
	994

00 255 790

# INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Vorwort .....	III
Verzeichnis der Abbildungen .....	XIII
Verzeichnis der Tabellen .....	XIX
Verzeichnis der Abkürzungen .....	XXI
1. Teil: Grundlagen	
1. Begrifflich-konzeptionelle Grundlagen .....	1
1.1. Investitionsgüter im System der Wirtschafts- güter .....	1
1.1.1. Definition des Investitionsgutes .....	1
1.1.2. Typologie der Investitionsgüter .....	2
1.2. Strategische Marketingplanung in einem strategischen Managementsystem .....	5
1.2.1. Entwicklung der strategischen Planung zum Konzept des strategischen Management- systems .....	5
1.2.2. Das Spektrum eines strategischen Management....	9
1.2.3. Definition und Einordnung der strategischen Marketingplanung in das Spektrum eines stra- tegischen Management .....	12
1.2.4. Das Konzept der Vorsteuerung und das Er- folgspotential als Vorsteuerungsgröße .....	19
2. Bedeutung und Grundkonzeptionen von strategi- schen Früherkennungssystemen zur Schaffung einer Informationsgrundlage für strategische Marketingplanungen und -entscheidungen .....	31
2.1. Synergiepotential von Investitionsgütermarkt- forschung und strategischer Planung .....	31
2.1.1. Entwicklung der strategischen Planung und der strategischen Orientierung der Markt- forschung .....	31

2.1.2.	Informationsversorgung und Informationsdefizite .....	35
2.1.3.	Strategische Informationen und Informationsbedarf für strategische Planungen und Entscheidungen .....	37
2.1.4.	Früherkennungssysteme als Teil von strategischen Informationssystemen im System eines strategischen Management .....	46
2.2.	Entwicklungsstand und Grundkonzeptionen strategischer Früherkennungssysteme .....	52
2.2.1.	Charakterisierung und Entwicklungslinien von strategischen Früherkennungssystemen .....	52
2.2.2.	Empirische Befunde zur Verbreitung und Ausgestaltung strategischer Früherkennungssysteme ..	72
2.2.3.	Typologie der Ansätze zur strategischen Früherkennung .....	78
2.2.4.	Grundkonzeptionen ausgewählter Ansätze der strategischen Früherkennung .....	86
2. Teil: Theoretischer Bezugsrahmen		
3.	Theoretische Grundlagen für ein Konzept zum Aufbau und zur Lenkung kontextadäquater strategischer Früherkennungssysteme .....	99
3.1.	Interdisziplinärer Forschungsansatz im Überblick .....	99
3.2.	Notwendigkeit kontextadäquater Früherkennungssysteme .....	102
3.3.	Management- und planungstheoretische Ansätze ..	108

3.3.1.	Kybernetischer Evolutionsansatz .....	108
3.3.2.	Konzept der geplanten Evolution .....	115
3.3.3.	Strategic Issue Management .....	120
3.3.4.	Flexibilitätsansatz in der strategischen Planung .....	126
3.3.5.	Konzept des sozio-ökonomischen Feldes .....	134
3.4.	Theorieansätze des Investitionsgütermarketing.	138
3.4.1.	Überblick .....	138
3.4.2.	Typologieansätze zu Investitionsgütertrans- aktionen .....	139
3.4.3.	Aspekte produkt-, markt- und tauschprozeß- bezogener Besonderheiten .....	141
3.5.	Kontingenztheoretische Ansätze .....	146
3.5.1.	Grundstruktur und kritische Analyse kontin- genztheoretischer Ansätze .....	146
3.5.2.	Der Ansatz von Khandwalla als Beispiel eines erweiterten situativen Ansatzes für die strategische Marketingplanung .....	164
3.5.3.	Basiselemente eines erweiterten situativen Ansatzes der strategischen Früherkennung .....	170
4.	Grundkonzeption des Aufbaus und des Regelungs- mechanismus eines kontextadäquaten Früher- kennungssystems .....	181
4.1.	Leitaussagen /.....	181
4.2.	Übergeordnete Gestaltungselemente eines Früherkennungssystems .....	185
4.2.1.	Antizipative Anpassung und Bereitstellung von Flexibilität .....	185

4.2.2.	Autonomie und Abstimmung mit der strategischen Marketingplanung .....	200
4.3.	Grundstruktur und Elemente eines Regelungsmechanismus für Früherkennungssysteme .....	208
4.3.1.	Ablaufmodell zum Aufbau und zur Regelung kontextadäquater Früherkennungssysteme .....	208
4.3.1.1.	Grundstruktur des Ablaufmodells .....	208
4.3.1.2.	Ablaufmodell im einzelnen .....	225
4.3.2.	Erläuterung zentraler Systemelemente des Regelungsmechanismus des Früherkennungssystems .....	250
4.3.2.1.	Bildung zukunftsorientierter Analysefelder auf der Basis von Erfolgs- und Mißerfolgspotentialen (Potentialsegmentierung) .....	250
4.3.2.2.	Typologischer Ansatz zur Gestaltung von Früherkennungssystemen .....	263
4.3.2.3.	Konzept eines Lernmechanismus auf der Basis zirkulärer Vor- und Rückkopplungsschleifen ...	271
3. Teil: Empirischer Teil		
5.	Rahmenkonzept zur empirischen Untersuchung von strategischen Früherkennungssystemen auf Investitionsgütermärkten .....	279
5.1.	Kontingenztheoretisches Grundkonzept zur Analyse von Früherkennungssystemen .....	279
5.2.	Elemente eines umfassenden kontingenztheoretischen Beziehungsmodells .....	284
5.2.1.	Darstellung des Beziehungsmodells .....	284
5.2.2.	Kategorien von Beziehungen zwischen den Variablenblöcken des Beziehungsmodells .....	292

5.3.	Forschungsdesign zur kontingenztheoretischen Analyse auf der Basis eines reduzierten Beziehungsmodells .....	312
5.3.1.	Struktur des reduzierten kontingenztheoretischen Beziehungsmodells .....	312
5.3.2.	Zusammenhangsanalyse unter dem Aspekt eines Konvergenzansatzes der Gestaltung von Früherkennungssystemen .....	316
5.3.3.	Zusammenhangsanalyse unter dem Aspekt der Berücksichtigung verschiedener Umweltabgrenzungen .....	329
5.4.	Operationalisierung des reduzierten Beziehungsmodells und seiner Variablen .....	333
5.4.1.	Aufbau eines Analysehandbuches zur Untersuchung von strategischen Früherkennungssystemen sowie interner und externer Kontextfaktoren .....	333
5.4.1.1.	Analysehandbuch im Überblick .....	333
5.4.1.2.	Analysehandbuch 1. Teil: Allgemeine Unternehmensdaten, Aspekte des Management und der strategischen Planung .....	334
5.4.1.3.	Analysehandbuch 2. Teil: Umweltbedingungen des Unternehmens .....	339
5.4.1.4.	Analysehandbuch 3. Teil: Informationsaktivitäten zum frühzeitigen Erkennen unternehmensrelevanter Entwicklungen und Veränderungen .....	342
5.4.2.	Hinweise zur Skalierung und zum Skalenniveau .....	344
6.	Deskriptive Analyse des Standes der strategischen Früherkennung auf Investitionsgütermärkten und Analyse des Einflusses von Kontextfaktoren .....	347
6.1.	Vorgehensweise im Sinne einer explorativen Studie .....	347

6.2.	Strukturmerkmale der befragten Unternehmen ...	351
6.2.1.	Beschreibung der Auswertungsgesamtheit .....	351
6.2.2.	Organisatorisches Umfeld der Untersuchungseinheiten .....	355
6.3.	Grundlagen der statistischen Analyse .....	356
6.3.1.	Datenverdichtung .....	356
6.3.1.1.	Grundprinzipien der Datenverdichtung .....	356
6.3.1.2.	Datenverdichtung bezüglich der Umweltvariablen .....	358
6.3.1.2.1.	Bildung von Gesamtumweltvariablen .....	358
6.3.1.2.2.	Bildung von verdichteten Umweltfaktoren und Diskussion der gebildeten Umweltfaktoren und der verwendeten Einzelvariablen für Umweltkategorien .....	360
6.3.2.	Vorgehensweise bei der Zusammenhangsanalyse ..	369
6.3.2.1.	Statistische Testverfahren und Anforderungen an das Signifikanzniveau .....	369
6.3.2.2.	Grundprinzipien der Zusammenhangsanalyse .....	373
6.4.	Analyse des Zusammenhangs zwischen Umweltbedingungen und wahrgenommener Umweltunsicherheit .....	376
6.4.1.	Hypothesen .....	376
6.4.2.	Meßkonzept der wahrgenommenen Unsicherheit ...	376
6.4.3.	Analytische Befunde .....	379
6.5.	Diskussion deskriptiver und analytischer Befunde zu Elementen der strategischen Früherkennung auf Investitionsgütermärkten .....	382
6.5.1.	Anforderungen an die strategische Früherkennung .....	382
6.5.1.1.	Deskriptive Befunde .....	382
6.5.1.2.	Hypothesen und analytische Befunde .....	386

6.5.2.	Elemente einer strategischen Früherkennung und ihre Anwendung in Investitionsgüterunternehmen .....	388
6.5.2.1.	Deskriptive Befunde .....	388
6.5.2.1.1.	Überblick über die Anwendung einzelner Elemente der strategischen Früherkennung .....	388
6.5.2.1.2.	Konzeptionelle Schwerpunkte in der Anwendung der strategischen Früherkennung .....	398
6.5.2.1.3.	Zusammenfassende Analyse der Intensität der Anwendung einer strategischen Früherkennung .....	409
6.5.2.2.	Hypothesen und analytische Befunde .....	415
6.5.3.	Beobachtungsbereiche und Indikatoren der strategischen Früherkennung (deskriptive Befunde) .....	426
6.5.3.1.	Intensität der Erhebung und Auswertung von Beobachtungsbereichen und Indikatoren .....	426
6.5.3.2.	Bedeutung von Beobachtungsbereichen und Indikatoren .....	439
6.5.3.3.	Informationsdefizite bei Beobachtungsbereichen und Indikatoren .....	448
6.5.4.	Erhebungs- und Auswertungsmethoden im Rahmen der strategischen Früherkennung .....	453
6.5.4.1.	Deskriptive Befunde .....	453
6.5.4.1.1.	Intensität der Anwendung von Erhebungs- und Auswertungsmethoden .....	453
6.5.4.1.2.	Beitrag von Erhebungs- und Auswertungsmethoden im Rahmen der Früherkennung.....	465
6.5.4.1.3.	Defizite bei Erhebungs- und Auswertungsmethoden .....	472
6.5.4.1.4.	Gründe für Defizite bei Erhebungs- und Auswertungsmethoden .....	477
6.5.4.2.	Deskriptive und analytische Befunde zu speziellen Prognosemethoden .....	481

6.5.5.	Strukturelle und prozessuale Gestaltungselemente von Früherkennungssystemen .....	488
6.5.5.1.	Flexibilität, Autonomie und Abstimmung mit der strategischen Marketingplanung als übergeordnete Gestaltungselemente .....	488
6.5.5.1.1.	Deskriptive Befunde .....	488
6.5.5.1.2.	Hypothesen und analytische Befunde zum Zusammenhang zwischen Kontextvariablen und Elementen der festen Gestaltung und Flexibilität der Früherkennung .....	492
6.5.5.2.	Ausgewählte deskriptive und analytische Befunde zu strukturellen Gestaltungselementen .....	505
6.5.5.3.	Ausgewählte deskriptive und analytische Befunde zu prozessualen Gestaltungselementen .....	511
7.	Analyse wechselseitiger Zusammenhänge zwischen der Akzeptanz der Früherkennung und Aspekten der Früherkennung .....	518
8.	Kontextunabhängige Analyse der Effizienz von strategischen Früherkennungssystemen .....	525
8.1.	Meßkonzept der Effizienz der Früherkennung und deskriptive Befunde .....	525
8.2.	Intensität der Anwendung von Elementen der Früherkennung und Effizienz des Früherkennungssystems .....	528
8.3.	Akzeptanz der Früherkennung und Effizienz des Früherkennungssystems .....	532
9.	Zentrale Problemfelder in der Anwendung der strategischen Früherkennung .....	534
Anlage 1	.....	537
Literaturverzeichnis	.....	543
Anhang: Analysehandbuch	.....	591