

Birgit Engel

Nachhaltige Gewinne durch gebundene Kunden

Eine Analyse des transaktionskosten-
theoretischen Hold-Up

Mit Geleitworten von Prof. Dr. Wulff Plinke
und Prof. Dr. Lutz Hildebrandt



RESEARCH

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Abbildungsverzeichnis | XV |
| Tabellenverzeichnis | XVII |
| 1 Einführung | 1 |
| 1.1 Problemstellung der Untersuchung | 1 |
| 1.2 Theoretische Standortbestimmung..... | 6 |
| 1.3 Forschungsziele der Untersuchung | 9 |
| 1.4 Aufbau der Untersuchung..... | 11 |
| 2 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes und Festlegung der theoretischen Basis .. | 14 |
| 2.1 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes | 14 |
| 2.1.1 Die Gebundenheit des Kunden als möglicher Bindungszustand | 14 |
| 2.1.2 Das Abschöpfen von Gewinnen auf der Seite des Anbieters | 16 |
| 2.1.3 Das Abschöpfen von Gewinnen durch gebundene Kunden in der Literatur | 18 |
| 2.1.4 Kennzeichen des Untersuchungsgegenstandes und Forschungslücken | 24 |
| 2.2 Festlegung der theoretischen Basis | 25 |
| 2.2.1 Erklärung der Entstehung der Gewinne durch gebundene Kunden | 26 |
| 2.2.1.1 Bisherige theoretische Ansätze | 26 |
| 2.2.1.2 Auswahl der theoretischen Basis | 30 |
| 2.2.2 Erklärung der Nachhaltigkeit der Gewinne durch gebundene Kunden | 30 |
| 2.2.2.1 Vereinbarkeit verschiedener Theorien | 31 |
| 2.2.2.2 Auswahl der theoretischen Basis | 32 |
| 3 Die Entstehung von Gewinnen durch gebundene Kunden | 37 |
| 3.1 Grundlagen der Transaktionskostentheorie..... | 37 |
| 3.1.1 Überblick | 37 |
| 3.1.2 Begriffserläuterungen | 38 |
| 3.1.3 Verhaltens- und Umweltannahmen | 42 |
| 3.1.4 Grundaussagen der Theorie | 47 |
| 3.1.4.1 Das vereinfachte Vertragsschema | 47 |
| 3.1.4.2 Grundformen institutioneller Arrangements..... | 48 |
| 3.1.4.3 Absicherung spezifischer Investitionen | 50 |
| 3.2 Hold-Up des Nachfragers: Entstehung, Umfang und Akzeptanz | 51 |
| 3.2.1 Die Entstehung des Hold-Up..... | 52 |
| 3.2.2 Die Quasi-Rente zur Bestimmung der Grenze des Hold-Up | 56 |
| 3.2.3 Akzeptanz der Gefahr des Hold-Up durch den Nachfrager | 61 |

| | | |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.3 | Zusammenfassende Beurteilung | 66 |
| 3.3.1 | Kritische Würdigung der Transaktionskostentheorie | 66 |
| 3.3.2 | Erklärungskraft der Transaktionskostentheorie für die Analyse der Entstehung von Gewinnen durch gebundene Kunden | 72 |
| 4 | Die Nachhaltigkeit der Gewinne durch gebundene Kunden aus Sicht der Marktprozessstheorie..... | 74 |
| 4.1 | Die Eignung der Marktprozessstheorie zur Erklärung der Nachhaltigkeit der Gewinne | 74 |
| 4.2 | Grundlagen der Marktprozessstheorie | 75 |
| 4.2.1 | Annahmen..... | 76 |
| 4.2.2 | Die Funktionsweise des Marktprozesses | 82 |
| 4.2.3 | Unternehmerisches Handeln: Innovation und Imitation | 88 |
| 4.2.4 | Die Bedeutung von Wissen im Marktprozess | 93 |
| 4.3 | Erklärung der Nachhaltigkeit von Gewinnen durch die Verhinderung von Wettbewerb..... | 97 |
| 4.3.1 | Zugang zu Ressourcen als Voraussetzung für Wettbewerb | 97 |
| 4.3.2 | Wissen als Voraussetzung für Wettbewerb | 99 |
| 4.3.3 | Die Dauer der Verhinderung von Wettbewerb..... | 103 |
| 4.3.4 | Die Imitation einer Hold-Up Position..... | 106 |
| 4.4 | Zusammenfassende Beurteilung | 111 |
| 4.4.1 | Kritische Würdigung der Marktprozessstheorie..... | 111 |
| 4.4.2 | Erklärungskraft der Marktprozessstheorie für die Analyse der Nachhaltigkeit der Gewinne durch gebundene Kunden | 113 |
| 5 | Die Nachhaltigkeit der Gewinne durch gebundene Kunden aus Sicht des Resource-Based View | 120 |
| 5.1 | Die Eignung des Resource-Based View zur Erklärung der Nachhaltigkeit der Gewinne .. | 120 |
| 5.2 | Grundlagen des Resource-Based View..... | 122 |
| 5.2.1 | Überblick | 122 |
| 5.2.2 | Annahmen..... | 123 |
| 5.2.3 | Begriffserläuterungen | 128 |
| 5.2.3.1 | Ressourcen..... | 128 |
| 5.2.3.2 | Kernkompetenzen | 130 |
| 5.2.3.3 | Isolationsmechanismen..... | 132 |
| 5.2.4 | Grundaussagen des Resource-Based View..... | 133 |
| 5.3 | Die Bedeutung von Wissen innerhalb des Resource-Based View..... | 141 |
| 5.3.1 | Die Entwicklung vom Resource-Based View zum Competence-Based View..... | 141 |
| 5.3.2 | Die Transferierbarkeit von Wissen | 143 |
| 5.3.3 | Nachhaltige Wettbewerbsvorteile durch Kompetenzen | 148 |

| | | |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.4 | Erklärung der Nachhaltigkeit von Gewinnen durch Ressourcen und Kompetenzen | 150 |
| 5.5 | Zusammenfassende Beurteilung | 152 |
| 5.5.1 | Kritische Würdigung des Resource-Based View | 152 |
| 5.5.2 | Erklärungskraft des Resource-Based View für die Analyse der Nachhaltigkeit der Gewinne durch gebundene Kunden | 156 |
| 6 | Integration der Erklärungsansätze zur Nachhaltigkeit der Gewinne durch gebundene Kunden | 158 |
| 6.1 | Kompatibilität der Annahmen | 160 |
| 6.2 | Kompatibilität der Aussagen | 164 |
| 6.3 | Der gemeinsame Erklärungsbeitrag von Marktprozess­theorie und Resource-Based View | 167 |
| 7 | Empirische Untersuchung | 175 |
| 7.1 | Hypothesen zur Entstehung und Nachhaltigkeit der Gewinne durch gebundene Kunden | 175 |
| 7.2 | Grundlagen und Methoden der empirischen Untersuchung | 181 |
| 7.2.1 | Methodische Vorgehensweise | 181 |
| 7.2.1.1 | Auswahl der Methodik | 181 |
| 7.2.1.2 | Arten von Fallstudien | 184 |
| 7.2.1.3 | Gütekriterien zur Evaluierung von Fallstudien | 186 |
| 7.2.2 | Auswahl des Erhebungsdesigns | 189 |
| 7.2.2.1 | Festlegung der Untersuchungseinheit | 189 |
| 7.2.2.2 | Auswahl der Fälle | 190 |
| 7.2.2.3 | Datenerhebung und Ausgestaltung der Fallstudien | 194 |
| 7.2.3 | Operationalisierung der Variablen | 195 |
| 7.2.4 | Auswertungsschritte bei der Datenanalyse | 201 |
| 7.2.5 | Problembereiche des Untersuchungsdesigns | 202 |
| 7.3 | Auswertung der Ergebnisse | 205 |
| 7.3.1 | Intensiv-Einzelfalldiskussion | 206 |
| 7.3.1.1 | Beschreibung des Marktes | 206 |
| 7.3.1.2 | Ausprägungen der Variablen eines Unternehmens | 215 |
| 7.3.2 | Zusammenfassende Darstellung der Ausprägungen aller Unternehmen | 221 |
| 7.4 | Diskussion der Ergebnisse | 222 |
| 7.4.1 | Überprüfung der gebildeten Fallgruppen anhand der empirischen Ergebnisse | 222 |
| 7.4.2 | Überprüfung der einzelnen Hypothesen anhand der empirischen Ergebnisse | 225 |
| 7.4.3 | Anmerkungen zu den Ergebnissen | 230 |
| 7.4.3.1 | Anmerkungen zu den empirisch nachgewiesenen Zusammenhängen | 230 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 7.4.3.2 Weitere Anmerkungen zu den Fallstudien..... | 234 |
| 8 Zusammenfassende Betrachtung und Schlussfolgerungen aus der theoretischen und empirischen Untersuchung | 238 |
| 8.1 Zusammenfassung der Vorgehensweise | 238 |
| 8.2 Implikationen für das Marketing-Management..... | 242 |
| 8.3 Implikationen für das Verständnis von Transaktionskostentheorie, Marktprozess­theorie und Resource-Based View..... | 248 |
| 8.4 Grenzen der Untersuchung und offene Forschungsfragen..... | 250 |
| Literaturverzeichnis | 255 |
| Anhang..... | 295 |