

Bettina Kühne

Asymmetrische Bindungen in Geschäftsbeziehungen

Einflussfaktoren im
Business-to-Business-Bereich

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	1
1.2 Aufbau der Arbeit	4
2 Bedeutung und Charakteristika von Geschäftsbeziehungen	7
2.1 Empirische Relevanz von Geschäftsbeziehungen	7
2.2 Begriffsabgrenzung von Geschäftsbeziehungen	9
2.3 Erscheinungsformen von Bindungen in Geschäftsbeziehungen	11
2.4 Bindungsrelevante Charakteristika von Geschäftsbeziehungen	14
2.4.1 Elemente von Nutzen und Kosten in Geschäftsbeziehungen	14
2.4.2 Phasen von Geschäftsbeziehungen	16
2.4.3 Besonderheiten von Wiederkaufentscheidungen in Geschäftsbeziehungen	19
3 Theoretische Erklärungsansätze für Bindungen in Geschäftsbeziehungen	25
3.1 Der sozialwissenschaftliche Erklärungsansatz von <i>Thibaut/ Kelley</i>	25
3.2 Der ökonomische Erklärungsansatz der Transaktionskostentheorie nach <i>Williamson</i>	30
3.2.1 Darstellung des transaktionskostentheoretischen Spezifitätsbegriffs – Spezifität als zentrale Transaktionsdimension	35
3.2.2 Wirkungsweise von Faktorspezifität	38
4 Spezifitätsbedingte Bindungen in Geschäftsbeziehungen	45
4.1 Skizzierung und kritische Betrachtung weiterer Ansätze zur Analyse und Erweiterung des Spezifitätsbegriffs in der Literatur	45
4.1.1 Ansatz zur Analyse des Spezifitätsbegriffs von Nooteboom	45
4.1.2 Ansatz zur Operationalisierung des Spezifitätsbegriffs durch Lothia/ Brooks/ Krapfel	48
4.1.3 Erweiterung des Spezifitätsbegriffs von Freiling	51
4.1.4 Differenzierung des Spezifitätsbegriffs von Gersch	52
4.2 Systematisierung und Bewertung spezifitätsbedingter Bindungen in Geschäftsbeziehungen	53
4.2.1 Systematisierung spezifitätsbedingter Bindungen	53
4.2.1.1 Bezugsobjekte der Spezifität – Bindungsbezug von Spezifität	55

4.2.1.2	Spezifität im Bereich des Leistungspotentials und des Leistungserstellungsprozesses	57
4.2.1.2.1	Spezifität im Bereich des Leistungserstellungsprozesses	58
4.2.1.2.2	Spezifität im Bereich des Leistungspotentials	60
4.2.1.3	Bezugsebenen spezifischer Investitionen	63
4.2.2	Bewertung spezifitätsbedingter Bindungen in Geschäftsbeziehungen	66
4.2.2.1	Subjektivität der Spezifitätswahrnehmung	66
4.2.2.2	Veränderung der Bewertung spezifitätsbedingter Bindungen in Geschäftsbeziehungen	70
4.2.2.2.1	Veränderung der Kapitalbindung	72
4.2.2.2.2	Veränderung der Verwendungsbeschränkung	75
4.2.2.3	Bedeutung von Wissen für die Bewertung spezifitätsbedingter Bindungen	78
4.2.2.3.1	Wissensentstehung in Geschäftsbeziehungen	80
4.2.2.3.2	Wissensnutzung in Geschäftsbeziehungen	81
4.3	Ansatzpunkte zur theoretischen Fundierung von spezifitätsbedingten Bindungen infolge subjektiver Spezifitätsbewertung	83
4.3.1	Erklärungsbeitrag des Transaktionskostenansatzes	83
4.3.1.1	Eignungsbeschränkung der traditionellen Transaktionstheorie für die Erklärung spezifitätsbedingter Bindungen und deren Veränderung	83
4.3.1.2	Ansatzpunkte zur Erweiterung der transaktionskostentheoretischen Betrachtung	84
4.3.2	Ansatzpunkte zu einer marktprozess-theoretischen Fundierung spezifitätsbedingter Bindungen und deren Veränderung	87
4.3.2.1	Relevante Grundlagen der New Austrian Economics	87
4.3.2.2	Ansatzpunkte zur Übertragung marktprozess-theoretischer Argumentation auf die Analyse spezifitätsbedingter Bindungen	90
5	Wechselkosten-Modell zur Erklärung von Bindungen in Geschäftsbeziehungen	95
5.1	Wechselkosten in Geschäftsbeziehungen	95
5.2	Spezifität, Vertrauen und Zufriedenheit als Einflussfaktoren für Wechselkosten	98
5.3	Wechselkosten und Bindungen in Geschäftsbeziehungen	101
5.4	Die zeitabhängige Veränderung der Einflussfaktoren von Bindungen	103

6 Vertrauens- und zufriedenheitsbedingte Bindungen in Geschäftsbeziehungen	107
6.1 Vertrauen als Wechselbarriere in Geschäftsbeziehungen	107
6.1.1 Erklärung des Vertrauenskonstruktes	107
6.1.2 Quellen der Vertrauensbildung	111
6.1.3 Konstituierung von Vertrauen	115
6.1.4 Relevanz von Vertrauen in Geschäftsbeziehungen	117
6.2 Zufriedenheit als Wechselbarriere in Geschäftsbeziehungen	121
6.2.1 Begriff der Kundenzufriedenheit	121
6.2.2 Merkmale der Zufriedenheitsbildung	123
6.2.3 Interaktives Prozessmodell der Kundenzufriedenheit von Schütze	126
6.2.3.1 Erwartungsbildung	128
6.2.3.2 Quellen von Zufriedenheit	129
6.2.3.3 Soll-Ist-Vergleich	130
6.2.3.4 Verhaltensreaktionen	131
6.2.4 Besonderheiten der Zufriedenheitsbildung in industriellen Geschäftsbeziehungen	132
6.2.5 Bindungswirkungen von Zufriedenheit	137
7 Wechselkosten-Modell zur Erklärung asymmetrischer Bindungen in Geschäftsbeziehungen	139
7.1 Modellrahmen zur Analyse asymmetrischer Bindungen in Geschäftsbeziehungen	139
7.2 Interdependenzen zwischen den Wechselkostendeterminanten	146
7.2.1 Spezifität und Vertrauen	147
7.2.2 Spezifität und (Un-)Zufriedenheit	149
7.3 Konsequenzen und Probleme asymmetrischer Bindungen: Ansatzpunkte für den Umgang mit asymmetrischen Bindungen	154
8 Fazit	161
Anhang	165
Literaturverzeichnis	197