

Andrea Schlüter

Gestaltung des internationalen Key Account Managements

Analyse vor dem Hintergrund
der Internationalisierung
des Konsumgütereinzelhandels

Mit einem Geleitwort von
Prof. Dr. Prof. h. c. Bernhard Swoboda



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Internationalisierung des Konsumgütereinzelhandels	1
1.2 Internationales KAM in der Konsumgüterbranche.....	3
1.3 Ziel und Vorgehensweise der Untersuchung	5
2 Literaturübersicht und Konkretisierung der Forschungsfragen	11
2.1 Abgrenzung grundsätzlicher Begrifflichkeiten.....	11
2.1.1 Nationales und internationales KAM	11
2.1.2 Handelsinternationalisierung.....	14
2.1.3 Besonderheiten der Konsumgüterbranche.....	15
2.2 Literatur zum KAM und zu Hersteller-Kunden-Beziehungen.....	18
2.2.1 Überblick	18
2.2.2 KAM	20
2.2.2.1 Untersuchungen zum nationalen KAM.....	20
2.2.2.2 Untersuchungen zum internationalen KAM	30
2.2.2.3 Aspekte zur Umsetzung des KAM.....	34
2.2.3 Hersteller-Kunden-Beziehungen	38
2.3 Literatur zur Internationalisierung des Konsumgütereinzelhandels	47
2.3.1 Überblick	47
2.3.2 Dynamik und Auswirkungen der Internationalisierung	48
2.3.3 Internationale Integration der Strategien, Strukturen und Prozesse	53
2.4 Zwischenfazit und Konkretisierung der Forschungsfragen	63
3 Konzeptionalisierung und Deduktion von Hypothesen	71
3.1 Erklärungsrelevante Theorien	71
3.1.1 Überblick	71
3.1.2 Transaktionskostentheorie	76
3.1.3 Ressourcenabhängigkeitstheorie	83

3.1.4	Konfigurationstheorie	88
3.2	Konzeptioneller Rahmen und Hypothesenbildung	94
3.2.1	Überblick	94
3.2.2	Internationaler KAM-Erfolg.....	97
3.2.3	Internationale KAM-Gestaltung	100
3.2.3.1	KAM-Strategie	100
3.2.3.2	KAM-Struktur	107
3.2.3.3	Fit innerhalb der internationalen KAM-Gestaltung	115
3.2.4	Einflussfaktoren der internationalen KAM-Gestaltung.....	119
3.2.4.1	Key-Account-bezogene Einflussfaktoren.....	119
3.2.4.2	Herstellerbezogene Einflussfaktoren.....	134
3.2.5	Umfeldbedingungen der internationalen KAM-Beziehung	145
3.3	Modellübersicht und Zusammenfassung der Hypothesen	147
4	Empirische Studie.....	153
4.1	Datengrundlage	153
4.1.1	Überblick	153
4.1.2	Vorgehensweise	153
4.1.3	Stichprobenbeschreibung.....	155
4.2	Operationalisierungen	156
4.2.1	Überblick	156
4.2.2	Modellkonstrukte	158
4.2.2.1	Internationaler KAM-Erfolg.....	158
4.2.2.2	Internationale KAM-Gestaltung.....	159
4.2.2.3	Einflussfaktoren der internationalen KAM-Gestaltung	163
4.2.3	Umfeldbedingungen der internationalen KAM-Beziehung	168
4.3	Methodische Vorgehensweise.....	171
4.3.1	Überblick	171
4.3.2	Datenaufbereitung und Bias-Tests.....	173
4.3.3	Reliabilitäts- und Validitätstests	175
4.3.4	Statistisches Verfahren der Hypothesenüberprüfung	185

4.4	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	187
4.4.1	Überblick	187
4.4.2	Deskriptive Statistik und Benchmarking	189
4.4.2.1	Deskriptive Statistik	189
4.4.2.2	Benchmarking	192
4.4.3	Hypothesenprüfung	200
4.4.3.1	Auswirkungen der internationalen KAM-Gestaltung auf den internationalen KAM-Erfolg	200
4.4.3.2	Auswirkungen der Einflussfaktoren auf die internationale KAM-Gestaltung	203
4.4.4	Umfeldbedingungen der internationalen KAM-Beziehung	207
4.5	Diskussion der Befunde	214
4.5.1	Überblick	214
4.5.2	Internationale KAM-Gestaltung und internationaler KAM-Erfolg	214
4.5.2.1	Generelle Befunde	214
4.5.2.2	Internationaler KAM-Erfolg	215
4.5.2.3	Internationale KAM-Gestaltung	216
4.5.3	Einflussfaktoren auf die internationale KAM-Gestaltung	222
4.5.3.1	Generelle Befunde	222
4.5.3.2	KA-bezogene Einflussfaktoren	223
4.5.3.3	Herstellerbezogene Einflussfaktoren	227
5	Zusammenfassung, Implikationen und Limitationen	231
5.1	Überblick	231
5.2	Zusammenfassung der Forschungsergebnisse	231
5.3	Implikationen für die Forschung	237
5.4	Implikation für das Management	244
5.5	Limitationen	246
	Literaturverzeichnis	249
	Anhang	279
	Anhang 1: Trennschärfe der Konstrukte mit Umfeldbedingungen der internationalen KAM-Beziehung	279
	Anhang 2: Reliabilität und Validität der Muster der Kovariation	280