

Christian Thiel

# **Gestaltung von Vertriebsstrukturen im Auslandsmarkt**

Konzeption eines transaktionskostenbasierten Prozessmodells und seine Anwendung in der Automobilindustrie

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Martin Benkenstein

Deutscher Universitäts-Verlag

# INHALTSÜBERSICHT

<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>XIII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>XIX</b>
<b>1 Problemstellung der internationalen Marktbearbeitungsformen im Vertrieb.....</b>	<b>1</b>
1.1 Relevanz des Themas.....	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	3
1.3 Abgrenzung der Untersuchung.....	5
1.4 Gang der Untersuchung.....	14
<b>2 Grundlagen der Marktbearbeitungsformen und ihrer Entwicklung.....</b>	<b>15</b>
2.1 Marktbearbeitungsformen ün Vertrieb.....	15
2.2 Die evolutionäre Entwicklung von Marktbearbeitungsformen.....	33
<b>3 Theoretischer Bezugsrahmen und Modetiableitung.....</b>	<b>45</b>
3j <sup>^</sup> Transaktionskostenökonomikund die Make-or-Buy-Entscheidung.....	45
3.2 Transaktionskostenansatz im Marketing- und Vertriebsumfeld.....	59
3.3 Erweiterung des Transaktionskostenansatzes durch Internationalisierungsparameter.....	74
3.4 Konsolidierung der Entscheidungskriterien und Ableitung eines Modells.....	98
<b>4 Entscheidungskriterien aus dem praktischen Umfeld und Vergleich zur Theorie.....</b>	<b>115</b>
4.1 Methodologie und Durchführung.....	115
4.2 Definition des Anwendungsbereiches.....	118
4.3 Identifikation relevanter Entscheidungskriterien aus der Praxis.....	124
4.4 Bedeutung der gewonnenen Erkenntnisse aus dem Praxismfeld.....	145
<b>5 Implikationen und Zusammenfassung.....</b>	<b>153</b>
5.1 Ansätze für die weitere Forschung.....	153
5.2 Handlungsempfehlungen für die Praxis.....	155
5.3 Zusammenfassung der Untersuchung.....	157
Literaturverzeichnis.....	159
Anhang.....	181