
Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-------------|
| Geleitwort | V |
| Vorwort | VII |
| Inhaltsverzeichnis | IX |
| Abbildungsverzeichnis | XIII |
| Tabellenverzeichnis | XVII |
| Abkürzungsverzeichnis | XIX |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Problemstellung und Zielsetzung | 1 |
| 1.2 Aufbau der Arbeit..... | 3 |
| 2 Grundlagen des Pricings im Systemgeschäft | 6 |
| 2.1 Abgrenzung und Einordnung des Systemgeschäfts | 6 |
| 2.1.1 Bündelorientiertes Verständnis des Systemgeschäfts | 6 |
| 2.1.2 Technologisches Systemverständnis | 8 |
| 2.1.3 Das Systemgeschäft aus geschäftstypenorientierter Perspektive | 8 |
| 2.1.3.1 Einordnung des Systemgeschäfts in den Geschäftstypenansatz nach Backhaus | 9 |
| 2.1.3.2 Konstituierende Merkmale des Systemgeschäfts..... | 11 |
| 2.1.4 Auswahl eines Begriffsverständnisses als Grundlage der Arbeit..... | 12 |
| 2.2 Pricing im Systemgeschäft | 13 |
| 2.2.1 Grundlegendes Vermarktungsproblem | 13 |
| 2.2.2 Bedeutung eines effektiven Pricings im Systemgeschäft..... | 19 |
| 2.2.3 Entscheidungstatbestände des Pricings im Systemgeschäft..... | 20 |
| 2.3 Stand der Forschung zum Pricing im Systemgeschäft | 28 |
| 2.3.1 Erkenntnisse zur Preissetzung von zeitpunktbezogenen Beschaffungsentscheidungen | 30 |
| 2.3.2 Erkenntnisse zur Preissetzung von zeitraumbezogenen Beschaffungsentscheidungen | 33 |
| 2.3.2.1 Forschungsarbeiten zum Pricing für Systembestandteile ohne Leistungsunterschiede | 34 |
| 2.3.2.2 Forschungsarbeiten zum Pricing bei Leistungsunterschieden zwischen den Systembestandteilen | 37 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 2.3.3 | Zusammenfassende Würdigung des Forschungsstands | 39 |
| 2.4 | Übergeordnete Zielsetzung der Arbeit und grundlegendes Vorgehen | 41 |
| 3 | Theoretisch-konzeptionelle Analyse der Akzeptanz von Preismodellen..... | 44 |
| 3.1 | Erkenntnisbeitrag der klassischen Preistheorie | 44 |
| 3.2 | Theoretisch-konzeptionelles Modell der Akzeptanz und Wahl von Preismodellen . | 48 |
| 3.3 | Erkenntnisbeitrag der verhaltenswissenschaftlichen Preisforschung..... | 55 |
| 3.3.1 | Strukturierung der Forschungsaktivitäten im Behavioral Pricing..... | 56 |
| 3.3.2 | Rolle der Preisakzeptanz innerhalb der Behavioral Pricing-Forschung..... | 59 |
| 3.4 | Akzeptanz von Preismodellen: Eine grundlegende Begriffsdefinition | 62 |
| 3.5 | Ursachen der Akzeptanz von Preismodellen..... | 64 |
| 3.5.1 | Konzeption eines Bezugsrahmens für die Analyse der Ursachen der Akzeptanz..... | 65 |
| 3.5.2 | Konzeptualisierung der relevanten Konstrukte | 70 |
| 3.5.2.1 | Konzeptualisierung der Akzeptanz von Preismodellen | 70 |
| 3.5.2.2 | Beurteilung des transaktionsübergreifenden Preissetzungsverhaltens.... | 72 |
| 3.5.2.3 | Abschätzung der Bindewirkung | 77 |
| 3.5.2.4 | Abschätzung des Nutzungsverhaltens..... | 82 |
| 3.5.2.5 | Kaufsituation | 83 |
| 3.5.3 | Zusammenfassendes Hypothesengerüst und konzeptionelles Gesamtmodell zur Analyse der Ursachen der Akzeptanz | 88 |
| 3.6 | Notwendigkeit der Messung der Akzeptanz von Preismodellen und deren Ursachen: Konkretisierte Zielsetzung der Arbeit..... | 91 |
| 3.7 | Anforderungen an die empirische Analyse der Akzeptanz und deren Ursachen..... | 92 |
| 3.7.1 | Anforderungen an die Messung der Akzeptanz von Preismodellen | 92 |
| 3.7.2 | Anforderungen an die Bestimmung der Ursachen der Akzeptanz..... | 94 |
| 4 | Konzeption von Messansätzen zur Analyse der Akzeptanz von Preismodellen im Systemgeschäft und deren Ursachen..... | 96 |
| 4.1 | Methodische Übertragung der Anforderungen..... | 96 |
| 4.1.1 | Auswahl einer geeigneten Methode zur Akzeptanzmessung..... | 96 |
| 4.1.1.1 | Generelle Eignung der traditionellen Conjoint-Analyse als dekompositionelles Verfahren der Nutzenmessung | 98 |
| 4.1.1.2 | Verfahrensvarianten der TCA | 100 |
| 4.1.1.2.1 | Vorstellung relevanter Verfahrensvarianten | 100 |
| 4.1.1.2.2 | Darstellung der HILCA als geeignetes Verfahren der Nutzenmessung | 103 |

| | | |
|-------------|---|------------|
| 4.1.2 | Methodisches Vorgehen zur Analyse der Ursachen der Akzeptanz | 106 |
| 4.1.2.1 | Verfahren zur Analyse der Ursachen der Akzeptanz | 107 |
| 4.1.2.1.1 | Strukturgleichungsmodelle als Analysemethode | 107 |
| 4.1.2.1.2 | Kurzvorstellung geeigneter Verfahren | 109 |
| 4.1.2.1.3 | PLS-Ansatz als geeignetes Messverfahren | 111 |
| 4.1.2.2 | Operationalisierung des Modells..... | 114 |
| 4.1.2.2.1 | Operationalisierung der latenten endogenen Variablen | 115 |
| 4.1.2.2.1.1 | Operationalisierung der akzeptierten Preisstruktur | 116 |
| 4.1.2.2.1.2 | Operationalisierung der akzeptierten Preishöhe | 117 |
| 4.1.2.2.2 | Operationalisierung der latenten exogenen Variablen | 118 |
| 4.1.2.2.3 | Darstellung des vollständigen Modells | 126 |
| 4.2 | Zusammenfassende Ableitung der empirischen Fragestellungen | 128 |
| 5 | Empirische Analyse der Akzeptanz von Preismodellen im Systemgeschäft und deren Ursachen..... | 131 |
| 5.1 | Konzeption der empirischen Analyse..... | 131 |
| 5.1.1 | Festlegung der Untersuchungsgrößen | 131 |
| 5.1.1.1 | Operationalisierung der aufgestellten Forschungsfragen..... | 131 |
| 5.1.1.2 | Auswahl geeigneter Zielgrößen | 132 |
| 5.1.1.2.1 | Zielgrößen der Akzeptanzmessung | 132 |
| 5.1.1.2.2 | Zielgrößen der Messung der Ursachen der Akzeptanz | 134 |
| 5.1.2 | Gestaltung der Erhebung..... | 139 |
| 5.1.2.1 | Auswahl der zu betrachtenden Untersuchungsobjekte..... | 139 |
| 5.1.2.2 | Auswahl der Befragungssubjekte..... | 143 |
| 5.1.2.3 | Befragungskonzept..... | 145 |
| 5.1.2.3.1 | Erhebungsform | 145 |
| 5.1.2.3.2 | Festlegung des Merkmalsdesigns der Nutzenmessung | 146 |
| 5.1.2.3.3 | Gestaltung der Erhebung..... | 151 |
| 5.1.2.3.4 | Befragungsorganisation..... | 152 |
| 5.2 | Durchführung und Ergebnisbeurteilung der Erhebung | 154 |
| 5.2.1 | Ablauf der Befragung..... | 154 |
| 5.2.2 | Charakteristika der Stichprobe | 154 |
| 5.2.2.1 | Zentrale Merkmale der befragten Unternehmen | 155 |
| 5.2.2.2 | Merkmale der Beschaffungsorganisation..... | 156 |
| 5.2.3 | Empirische Befunde im Hinblick auf die Forschungsfragen | 158 |

| | | |
|-------------|--|------------|
| 5.2.3.1 | Befunde der Akzeptanzmessung | 158 |
| 5.2.3.1.1 | Beurteilung der Validität des Verfahrens | 158 |
| 5.2.3.1.2 | Ermittlung der Akzeptanz von Preismodellen | 161 |
| 5.2.3.1.2.1 | Ermittlung der akzeptierten Preisstruktur | 161 |
| 5.2.3.1.2.2 | Ermittlung der akzeptierten Preishöhe..... | 169 |
| 5.2.3.2 | Befunde der Bestimmung von Ursachen der Akzeptanz | 171 |
| 5.2.3.2.1 | Beurteilung der Modellgüte | 171 |
| 5.2.3.2.1.1 | Güteüberprüfung der Messmodelle | 171 |
| 5.2.3.2.1.2 | Güteüberprüfung des Strukturmodells | 177 |
| 5.2.3.2.2 | Prüfung der Hypothesen..... | 181 |
| 5.3 | Überblick über die Untersuchungsergebnisse | 194 |
| 5.4 | Implikationen für die Marketing-Praxis | 196 |
| 6 | Schlussbetrachtung und Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf | 205 |
| | Anhang | 211 |
| | Literaturverzeichnis..... | 235 |