

Inhaltsübersicht

1	Einleitung	21
2	Grundlagen	27
	2.1 Zur Kennzeichnung von Business-to-Business-Marketing	27
	2.2 Zum Konzept des Leistungsverbunds	29
	2.3 Zum dieser Arbeit zugrundeliegenden Verständnis von Preispolitik	56
3	Basisüberlegungen zur Preispolitik	59
	3.1 Grundmodell der Preispolitik	59
	3.2 Zur Umsetzung preispolitischer Strategien.....	98
	3.3 Zwischenbilanz	119
4	Economies of Scope als Entscheidungsgrundlage für Angebot und Zusammenstellung von Leistungsverbunden	121
	4.1 Zum Stand der Forschung über Economies of Scope	122
	4.2 Economies of Scope bei Leistungsverbunden.....	124
	4.3 Ergebnisse für das Angebot von Leistungsverbunden	142
	4.4 Zwischenbilanz	161
5	Konzepte zur Angebots- und Preispolitik für Leistungsverbunde	163
	5.1 Überlegungen zur Angebotsstrategie für Leistungsverbunde	163
	5.1.1 Marketingstrategien für verbundene Leistungen	163
	5.1.2 Bestimmung der optimalen Angebotsform	176
	5.2 Preispolitische Strategien für Leistungsverbunde	181
	5.2.1 Zur Anwendbarkeit kapazitätsbezogener Preissetzung bei verbundenen Leistungen	182
	5.2.2 Preisentscheidungen innerhalb des Leistungsverbunds	185
	5.3 Preispolitik für Leistungsverbunde bei unterschiedlichen Angebotskonstellationen	193
	5.3.1 Preispolitik bei Verbund-Renten	193
	5.3.2 Preispolitik bei Verbund-Differenzierung	201
	5.3.3 Preispolitik bei Verbund-Standardisierung	214
	5.3.4 Preispolitik in der Verbund-Falle.....	219
	5.3.5 Preispolitik für Leistungsverbunde in dynamischen Angebotskonstellationen.....	229
6	Zusammenfassung	235

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	17
Abkürzungsverzeichnis	19
1 Einleitung	21
2 Grundlagen.....	27
2.1 Zur Kennzeichnung von Business-to-Business-Marketing	27
2.2 Zum Konzept des Leistungsverbands	29
2.2.1 Zur definitorischen und konzeptionellen Problematik des Dienstleistungsbegriffs	29
2.2.1.1 Traditionelle Definitionen	30
2.2.1.2 Neue Ansätze zur Überwindung der Dichotomie zwischen Dienstleistungen und Sachleistungen	33
2.2.1.3 Komplementäre Dienstleistungen als Elemente von Leistungsverbanden.....	35
2.2.1.4 Fazit	44
2.2.2 Zur Bedeutung von komplementären Dienstleistungen im Business-to-Business-Marketing	44
2.2.2.1 Empirische Evidenz von komplementären Dienstleistungen	45
2.2.2.2 Gründe für die zunehmende Bedeutung von komplementären Dienstleistungen	50
2.2.3 Zur begrifflichen Abgrenzung von Formen des Leistungsverbands.....	52
2.3 Zum dieser Arbeit zugrundeliegenden Verständnis von Preispolitik.....	56
3 Basisüberlegungen zur Preispolitik.....	59
3.1 Grundmodell der Preispolitik	59
3.1.1 Modellherleitung.....	59
3.1.2 Konsumenten- und Produzentenrenten im Grundmodell der Preispolitik.....	65
3.1.3 Determinanten der Preisentscheidung.....	68
3.1.3.1 Abschätzung des Wettbewerbspreises.....	68
3.1.3.1.1 Abgrenzung des relevanten Marktes	68
3.1.3.1.2 Einflüsse auf den Wettbewerbspreis.....	70
3.1.3.1.3 Konkurrenzanalyse	72
3.1.3.2 Abschätzung des Nutzenpreises	74
3.1.3.2.1 Zum Konzept des Nachfragernutzens.....	74

	3.1.3.2.2 Methoden zur Schätzung des Nutzenpreises	78
	3.1.3.3 Bestimmung des Kostenpreises	79
	3.1.3.4 Komponenten des Strategiepreises.....	82
	3.1.3.4.1 Ziele der Preispolitik.....	83
	3.1.3.4.2 Preispolitische Strategien.....	86
	3.1.3.4.3 Preistaktiken.....	88
	3.1.4 Derivative Preise im Grundmodell der Preispolitik.....	91
	3.1.4.1 Reservationspreis.....	91
	3.1.4.2 Angebotspreis.....	93
	3.1.4.3 Transaktionspreis	95
3.2	Zur Umsetzung preispolitischer Strategien.....	98 ⁺¹
	3.2.1 Umsetzung preispolitischer Strategien zur Verteilung von Renten auf unterschiedliche Produkte.....	99
	3.2.1.1 Theoretische Grundlagen zum Bundling, Mixed Bundling und Unbundling von Preisen	99
	3.2.1.2 Umsetzung von Bundling- und Mixed Bundling-Strategien.....	103
	3.2.2 Umsetzung preispolitischer Strategien zur Verteilung von Renten zwischen Anbieter und Nachfrager	105
	3.2.2.1 Preisdifferenzierung aufgrund unterschiedlicher Kundenmerkmale.....	105
	3.2.2.1.1 Nutzenbasierte Preisdifferenzierung.....	106
	3.2.2.1.2 Andere Formen der kundenbezogenen Preisdifferenzierung	109
	3.2.2.2 Skimming Pricing und Penetration Pricing.....	110
	3.2.2.3 Kapazitätsbezogene Preissetzung.....	112
	3.2.2.3.1 Nachfrageschwankungen als Grundlage kapazitätsbezogener Preisbildung	113
	3.2.2.3.2 Zeitliche Preisdifferenzierung.....	114
	3.2.2.3.3 Peak-Load Pricing.....	115
	3.2.2.3.4 Yield-Management.....	116
3.3	Zwischenbilanz	119
4	Economies of Scope als Entscheidungsgrundlage für Angebot und Zusammenstellung von Leistungsverbunden	121
	4.1 Zum Stand der Forschung über Economies of Scope.....	122
	4.2 Economies of Scope bei Leistungsverbunden.....	124
	4.2.1 Economies of Scope als übergreifendes Effizienzkonzept	124
	4.2.2 Ursachen für Economies of Scope	127
	4.2.2.1 Economies of Scope aufgrund der Inputfaktoren	127
	4.2.2.2 Economies of Scope aufgrund der Produktionsprozesse ..	130
	4.2.2.3 Economies of Scope aufgrund der Produktpolitik.....	132
	4.2.2.4 Economies of Scope aufgrund der Absatzprozesse ..	138

4.2.3	Grenzen von Economies of Scope	141
4.3	Ergebnisse für das Angebot von Leistungsverbunden	142
4.3.1	Zusammenstellung effizienter Leistungsverbunde.....	143
4.3.1.1	Effiziente Leistungsverbunde und Unternehmensziele.....	143
4.3.1.1.1	Unterstützung von Unternehmens- zielen durch Teilleistungen.....	143
4.3.1.1.2	Heuristik zur Zusammenstellung effizienter Leistungsverbunde	144
4.3.1.2	Kundenorientierte Zusammenstellung effizienter Leistungsverbunde: System Function Deployment... ..	146
4.3.1.3	Zur effizienten Angebotsform.....	149
4.3.2	Zum Zusammenhang zwischen Umfang und Effizienz von Leistungsverbunden.....	152
4.3.3	Angebotskonstellationen für Leistungsverbunde	157
4.4	Zwischenbilanz	161
5	Konzepte zur Angebots- und Preispolitik für Leistungsverbunde	163
5.1	Überlegungen zur Angebotsstrategie für Leistungsverbunde.....	163
5.1.1	Marketingstrategien für verbundene Leistungen.....	163
5.1.1.1	Wettbewerbsstrategien für Leistungsverbunde	163
5.1.1.2	Ausgestaltung der Basisstrategie durch Service-Strategien	165
5.1.1.2.1	Kundenbindung durch Leistungsverbunde.....	167
5.1.1.2.2	Differenzierung durch Dienstleistungen ..	170
5.1.1.2.3	Markterweiterung durch Dienstleistungen.....	171
5.1.1.2.4	Diversifikation in den Dienstleistungs- bereich	172
5.1.1.2.5	Dynamisierung von Service-Strategien... ..	174
5.1.2	Bestimmung der optimalen Angebotsform.....	176
5.1.2.1	Verbindung unterschiedlicher Bundling-Formen für Leistungen und Preise	176
5.1.2.2	Zusammenfassung der wesentlichen Forschungser- gebnisse zu Bundling- und Unbundling-Strategien... ..	178
5.2	Preispolitische Strategien für Leistungsverbunde.....	181
5.2.1	Zur Anwendbarkeit kapazitätsbezogener Preissetzung bei Leistungsverbunden.....	182
5.2.2	Preisentscheidungen innerhalb des Leistungsverbunds.....	185
5.2.2.1	Preise als Qualitätsindikatoren	186
5.2.2.2	Preispolitischer Ausgleich bei Leistungsverbunden..	188
5.3	Preispolitik für Leistungsverbunde bei unterschiedlichen Angebotskonstellationen.....	193
5.3.1	Preispolitik bei Verbund-Renten	193

5.3.1.1	Analyse von Produzenten- und Konsumentenrenten bei Verbund-Renten	193
5.3.1.2	Preispolitische Implikationen der Service-Strategien bei Verbund-Renten	195
5.3.1.2.1	Zur Angemessenheit von Service-Strategien bei Verbund-Renten.....	195
5.3.1.2.2	Ableitung preispolitischer Ziele bei Verbund-Renten.....	196
5.3.1.3	Preispolitik zur Umsetzung von Service-Strategien bei Verbund-Renten.....	198
5.3.1.3.1	Preispolitik zur Umsetzung von Kundenbindung durch Leistungsverbunde bei Verbund-Renten.....	198
5.3.1.3.2	Preispolitik zur Umsetzung von Differenzierung durch Dienstleistungen bei Verbund-Renten.....	200
5.3.1.3.3	Preispolitik zur Umsetzung von Markterweiterung durch Dienstleistungen bei Verbund-Renten.....	200
5.3.2	Preispolitik bei Verbund-Differenzierung.....	201
5.3.2.1	Analyse von Produzenten- und Konsumentenrenten bei Verbund-Differenzierung.....	201
5.3.2.2	Preispolitische Implikationen der Service-Strategien bei Verbund-Differenzierung	203
5.3.2.2.1	Zur Angemessenheit von Service-Strategien bei Verbund-Differenzierung	203
5.3.2.2.2	Ableitung preispolitischer Ziele bei Verbund-Differenzierung.....	206
5.3.2.3	Preispolitik zur Umsetzung von Service-Strategien bei Verbund-Differenzierung.....	210
5.3.2.3.1	Preispolitik zur Umsetzung von Kundenbindung durch Leistungsverbunde bei Verbund-Differenzierung.....	210
5.3.2.3.2	Preispolitik zur Umsetzung von Differenzierung durch Dienstleistungen bei Verbund-Differenzierung.....	211
5.3.2.3.3	Preispolitik zur Umsetzung von Markterweiterung durch Dienstleistungen bei Verbund-Differenzierung	212
5.3.2.3.4	Preispolitik zur Umsetzung von Diversifikation in den Dienstleistungsbereich bei Verbund-Differenzierung	213
5.3.3	Preispolitik bei Verbund-Standardisierung.....	214
5.3.3.1	Analyse von Produzenten- und Konsumentenrenten bei Verbund-Standardisierung.....	214

5.3.3.2	Preispolitische Implikationen der Service-Strategien bei Verbund-Standardisierung.....	214
5.3.3.2.1	Zur Angemessenheit von Service-Strategien bei Verbund-Standardisierung.....	214
5.3.3.2.2	Ableitung preispolitischer Ziele bei Verbund-Standardisierung.....	217
5.3.3.3	Preispolitik zur Umsetzung von Service-Strategien bei Verbund-Standardisierung.....	218
5.3.3.3.1	Preispolitik bei Patt durch Outpacing.....	218
5.3.3.3.2	Preispolitik zur Umsetzung von Diversifikation in den Dienstleistungsbereich bei Verbund-Standardisierung.....	219
5.3.4	Preispolitik in der Verbund-Falle.....	219
5.3.4.1	Analyse von Produzenten- und Konsumentenrenten in der Verbund-Falle.....	219
5.3.4.2	Preispolitische Implikationen der Service-Strategien in der Verbund-Falle.....	222
5.3.4.2.1	Zur Angemessenheit von Service-Strategien in der Verbund-Falle.....	222
5.3.4.2.2	Ableitung preispolitischer Ziele in der Verbund-Falle.....	224
5.3.4.3	Preispolitik zur Umsetzung von Service-Strategien in der Verbund-Falle.....	226
5.3.4.3.1	Preispolitik zur Umsetzung von Kundenbindung durch Leistungsverbunde in der Verbund-Falle.....	226
5.3.4.3.2	Preispolitik zur Akquisition neuer Kunden als Weg aus der Verbund-Falle.....	228
5.3.5	Preispolitik für Leistungsverbunde in dynamischen Angebotskonstellationen.....	229
6	Zusammenfassung.....	235
	Literaturverzeichnis.....	239

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1.1	Gang der Untersuchung.....	24
Abb. 2.1	Systematik von Dienstleistungsdefinitionen nach Corsten	30
Abb. 2.2	Quellen des Begriffs "investive Dienstleistung" und Synonyme	35
Abb. 2.3	Begriffe für einige Teilmengen von investiven Dienstleistungen ...	37
Abb. 2.4	Industrielle Dienstleistungen und in ähnlicher Weise verwendete Begriffe.....	38
Abb. 2.5	Definitionssystematik.....	40
Abb. 2.6	Beispiele für Muß-, Soll- und Kann-Services.....	42
Abb. 2.7	Beispiele für "Service"-Elemente.....	43
Abb. 2.8	Dienstleistungsangebot im produzierenden Gewerbe.....	47
Abb. 2.9	Aufbau von Leistungsverbunden.....	54
Abb. 2.10	Ideal- und realtypische Leistungsverbunde.....	54
Abb. 3.1	Literaturübersicht zu Determinanten der Preisentscheidung.....	61
Abb. 3.2	Grundmodell der Preispolitik	64
Abb. 3.3	Beispiele für Konsumenten- und Produzentenrenten.....	66
Abb. 3.4	Einflüsse auf die Nutzenwahrnehmung durch den Nachfrager in Business-to-Business Beziehungen	75
Abb. 3.5	Zusammenhänge zwischen Zielen, Strategien und Taktiken im Grundmodell der Preispolitik	83
Abb. 3.6	Mögliche Zielsetzungen der Preispolitik	84
Abb. 3.7	Zusammenhänge zwischen den beiden Ebenen preispolitischer Strategien	88
Abb. 3.8	Beispiel für Leitlinien der Preistaktik.....	90
Abb. 3.9	Verteilung von Reservationspreisen bei unterschiedlichen Produkten	92
Abb. 3.10	Transaktionspreise bei unterschiedlichen Reservations- und Angebotspreisen	97
Abb. 3.11	Umsatzauswirkungen des Bundling von Preisen im Monopolfall ..	100
Abb. 3.12	Umsatzauswirkungen des Bundling von Preisen bei vollständiger Konkurrenz.....	101
Abb. 3.13	Beziehung zwischen Commodity Pricing und Speciality Pricing ...	111
Abb. 3.14	Komponenten des Yield-Management	116
Abb. 3.15	Ausgestaltungsmöglichkeiten des Yield-Management	118
Abb. 3.16	"Werkzeugkasten" preispolitischer Strategien.....	120
Abb. 4.1	Economies of Scope als Effizienzkonzept.....	125
Abb. 4.2	Ursachen für Economies of Scope.....	126
Abb. 4.3	Zielunterstützende Ursachen für Economies of Scope	143
Abb. 4.4	Vergleich alternativer Teilleistungen bezüglich ihrer Zielunterstützung.....	144
Abb. 4.5	Ablauf des System Function Deployment.....	147
Abb. 4.6	Detaillierte Darstellung der Teilleistungs-Effizienz-Matrix	148
Abb. 4.7	Realisierbarkeit von Economies of Scope in Abhängigkeit von der Angebotsform.....	151

Abb. 4.8	Input und Output bei zunehmendem Leistungsverbund.....	154
Abb. 4.9	Angebotselastizität des Leistungsverbunds	155
Abb. 4.10	Nachfrageelastizität des Leistungsverbunds	156
Abb. 4.11	Angebots- und Nachfrageelastizitäten bei zunehmendem Leistungsverbund	158
Abb. 4.12	Angebotskonstellationen für Leistungsverbunde.....	159
Abb. 5.1	Basisstrategien für Leistungsverbunde in Anlehnung an Mathur ..	164
Abb. 5.2	Produkt/Markt-Kombinationen für verbundene Leistungen	166
Abb. 5.3	Vorherrschende Angebotsformen	167
Abb. 5.4	Kundenportfolio zur Ableitung von Bindungsstrategien.....	168
Abb. 5.5	Strategieabfolgen nach Becker	175
Abb. 5.6	Kombination von Bundling, Mixed Bundling und Unbundling auf den Ebenen "Preis" und "Leistung"	176
Abb. 5.7	Implikationen von Bundling, Mixed Bundling und Unbundling	179
Abb. 5.8	Dynamik der Leistungsbündelung nach Zerr.....	180
Abb. 5.9	Gegenüberstellung unterschiedlicher Gestaltungsoptionen zur kapazitätsbezogenen Preissetzung für komplementäre Dienst- leistungen und Leistungsverbunde.....	184
Abb. 5.10	Abhängigkeiten zwischen Preisstellung und Absatz bei Leistungsverbunden	185
Abb. 5.11	Beispiele für preispolitischen Ausgleich innerhalb von Leistungsverbunden	189
Abb. 5.12	Umsetzbarkeit von Service-Strategien und deren preispolitische Zielsetzungen bei Verbund-Renten	197
Abb. 5.13	Differenzierte Leistungsangebote.....	204
Abb. 5.14	Differenzierung durch erweiterte Leistungsverbunde.....	205
Abb. 5.15	Analyse von Effizienzwirkungen und preispolitischen Zielen eines beispielhaften Servicevertrags.....	207
Abb. 5.16	Umsetzbarkeit von Service-Strategien und deren preispolitische Zielsetzungen bei Verbund-Differenzierung	208
Abb. 5.17	Abfolge von Outpacing-Strategien.....	215
Abb. 5.18	Umsetzbarkeit von Service-Strategien und deren preispolitische Zielsetzungen bei Verbund-Standardisierung	217
Abb. 5.19	Wege aus der Verbund-Falle	222
Abb. 5.20	Umsetzbarkeit von Service-Strategien und deren preispolitische Zielsetzungen in der Verbund-Falle	225
Abb. 5.21	Preispolitik in dynamischen Angebotskonstellationen	230