

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
Variablenverzeichnis	XIX
1 Einleitung	1
1.1 Empirische Evidenz der Nachfragebündelung	1
1.2 Zielsetzung und Gang der Untersuchung	5
2 Begriffliche Grundlagen	11
2.1 Charakterisierung und Abgrenzung alternativer Formen der Nachfragebündelung	11
2.1.1 Grundformen der Nachfragebündelung	11
2.1.2 Weitere Differenzierungsmerkmale von Formen der Nachfragebündelung	17
2.2 Behandlung der Nachfragebündelung in der Literatur: Begriffe und Inhalte	21
2.2.1 Einkaufskooperationen als Forschungsgegenstand des industriellen Beschaffungsmarketing.....	22
2.2.2 Mehrpersonen- oder Gruppenpreise als Maßnahme zur Preisdifferenzierung.....	23
3 Kennzeichnung der Nachfragebündelung als Alternative zur Individualnachfrage	27
3.1 Relevanz der Nachfragebündelung für industrielle und private Nachfrager	27
3.2 Elemente der Wahlentscheidung zwischen Nachfragebündelung und Individualkauf	29
3.2.1 Erwarteter Nettonutzenvorteil als Maßgröße der Nachfragebündelung	29

3.2.2 Wirkung der Nachfragebündelung auf die Nutzenkomponenten einer Transaktion	33
3.2.3 Wirkung der Nachfragebündelung auf die Kostenkomponenten einer Transaktion	37
3.2.3.1 Anschaffungskosten.....	37
3.2.3.2 Transaktionskosten	39
3.2.3.3 Wechselkosten	43
3.3 Einsatzvoraussetzungen der Nachfragebündelung	45
3.4 Determinanten der Nachfragebündelung	49
3.4.1 Bestandsaufnahme in der Literatur	49
3.4.2 Systematische Bestimmung der Determinanten der Nachfragebündelung	54
3.4.2.1 Nachfragerbezogene Determinanten.....	54
3.4.2.2 Produktbezogene Determinanten.....	64
3.4.2.3 Rechtliche Rahmenbedingungen	67
4 Nachfragebündelung als preispolitisches Instrument eines Anbieters.....	71
4.1 Einordnung der Nachfragebündelung in das preispolitische Instrumentarium	71
4.1.1 Grundlagen der Preisdifferenzierung.....	72
4.1.1.1 Grundgedanke und Begriffsdefinition	72
4.1.1.2 Theoretische Typen der Preisdifferenzierung	74
4.1.1.3 Praktische Umsetzungsformen der Preisdifferenzierung.....	77
4.1.2 Kennzeichnung der Nachfragebündelung als Maßnahme der Preisdifferenzierung.....	80
4.1.2.1 Suchkostenbezogene Möglichkeiten zur Preisdifferenzierung als Anknüpfungspunkt für die Einordnung der Nachfragebündelung.....	80
4.1.2.2 Einordnung der Nachfragebündelung.....	82
4.1.2.3 Aspekte der Preisstruktur der Nachfragebündelung	87
4.1.3 Preispolitisch induzierte Wirkungsaspekte der Nachfragebündelung.....	88

4.1.3.1	Kommunikationspolitische Wirkungsaspekte	89
4.1.3.2	Distributionspolitische Wirkungsaspekte	91
4.2	Gewinnsteigerung als zentrale Zielsetzung der Nachfragebündelung	93
4.2.1	Erlössteigerungen durch Nachfragebündelung	94
4.2.2	Kostensenkungen durch Nachfragebündelung.....	99
5	Modelltheoretische Abbildung der Nachfragebündelung	103
5.1	Vorüberlegungen und Abgrenzung des Betrachtungsgegenstands	103
5.2	Preisdifferenzierung durch Nachfragebündelung: Modelltheoretische Erklärung im Grundmodell der Nachfragebündelung.....	106
5.2.1	Modellprämissen.....	106
5.2.2	Modelltheoretische Abbildung des Kaufverhaltens der potentiellen Kunden.....	109
5.2.3	Formaltheoretische Ermittlung der optimalen Preisstrategie.....	112
5.2.3.1	Alternative Preisstrategien und die dazugehörigen anbieterseitigen Preissetzungsspielräume.....	112
5.2.3.1.1	Uniforme Preisbildung	113
5.2.3.1.2	Preisdifferenzierung durch Nachfragebündelung	115
5.2.3.2	Gewinnfunktionen der alternativen Preisstrategien	118
5.2.3.2.1	Gewinnfunktion bei Wahl der uniformen Preisstrategie.....	118
5.2.3.2.2	Gewinnfunktion bei der Wahl der Nachfragebündelung.....	119
5.2.3.3	Formaltheoretische Herleitung der gewinnoptimalen Preise der alternativen Preisstrategien.....	122
5.2.4	Einflußfaktoren auf die Vorteilhaftigkeit der Nachfragebündelung gegenüber der Einheitspreisbildung.....	125
5.2.4.1	Relation der segmentspezifischen Transaktionskosten	126
5.2.4.2	Beispielgestützte Ableitung weiterer Bedingungskonstellationen für die Vorteilhaftigkeit der Nachfragebündelung	129
5.2.4.2.1	Beschreibung der Planungssituation.....	129
5.2.4.2.2	Ergebnisse der Simulationsstudie	133

5.3 Erweiterung des Grundmodells durch Variation des zeitlich zu erbringenden Inputs.....	154
5.3.1 Vorüberlegungen.....	154
5.3.2 Modelltheoretische Abbildung.....	158
5.3.3 Experimentelle Analyse	161
5.4 Zusammenfassung der Ergebnisse der modelltheoretischen Analyse der Nachfragebündelung	164
5.5 Generalisierbarkeit der Ergebnisse	168
5.5.1 Erweiterung der Anzahl der betrachteten Segmente	168
5.5.1.1 Auswirkung auf die Festlegung des optimalen uniformen Preises	168
5.5.1.2 Auswirkung auf die optimale Preisstruktur der Nachfragebündelung	172
5.5.1.3 Auswirkung auf die Aussagen zur Vorteilhaftigkeit der Nachfragebündelung gegenüber der Einheitspreisstrategie	176
5.5.2 Variation der Darstellung der Verteilung der Transaktionskosten	178
6 Zusammenfassung	183
Literaturverzeichnis.....	189

Abbildungsverzeichnis

<i>Abb. 1:</i> Gang der Untersuchung	9
<i>Abb. 2:</i> Grundformen der Nachfragebündelung	12
<i>Abb. 3:</i> Formen der Nachfragebündelung eines Nachfragers	14
<i>Abb. 4:</i> Formen der Nachfragebündelung mehrerer Nachfrager	14
<i>Abb. 5:</i> Morphologischer Kasten zur Bestimmung alternativer Formen der Nachfragebündelung	20
<i>Abb. 6:</i> Nutzelemente der Wahlentscheidung zwischen Bündel- und Individualkauf	37
<i>Abb. 7:</i> Kostenelemente der Wahlentscheidung zwischen Bündel- und Individualkauf	45
<i>Abb. 8:</i> Beschaffungskooperationsportfolio nach <i>Westermann</i>	53
<i>Abb. 9:</i> Bündelungsneigung als lineare Funktion der Bündelungsgewinne	62
<i>Abb. 10:</i> Determinanten der Nachfragebündelung	70
<i>Abb. 11:</i> Eingabemaske des Unternehmens <i>Accompany</i> zum Anstoß kommunikationspolitischer Aktivitäten seitens der Nachfrager	91
<i>Abb. 12:</i> Klassisches Modell der Preisdifferenzierung	95
<i>Abb. 13:</i> Gewünschte und unerwünschte Effekte der Nachfragebündelung	98
<i>Abb. 14:</i> Abgrenzung des Betrachtungsgegenstandes der modelltheoretischen Analyse	106
<i>Abb. 15:</i> Anteil der Käufer sowie Nicht-Käufer an der Grundgesamtheit in Abhängigkeit der Höhe des uniformen Preises	114
<i>Abb. 16:</i> Preissetzungsspielraum bei der Nachfragebündelung	116
<i>Abb. 17:</i> Symmetrische Verteilungen	130
<i>Abb. 18:</i> Durchschnittlicher Gewinn pro Nachfrager der Grundgesamtheit <i>M</i> in Abhängigkeit des Anteils α der weniger preissensiblen Nachfrager	137
<i>Abb. 19:</i> Durchschnittlicher Gewinn pro Nachfrager der Grundgesamtheit <i>M</i> in Abhängigkeit der Höhe der Transaktionskosten der weniger preissensiblen Nachfrager sowie des Anteilswertes α	142

<i>Abb. 20:</i> Optimale Werte für die Preisdifferenz Δp in Abhängigkeit der Höhe der Transaktionskosten der weniger preissensiblen Nachfrager für alternative Werte von α	144
<i>Abb. 21:</i> Durchschnittlicher Gewinn pro Nachfrager der Grundgesamtheit M in Abhängigkeit der Höhe der Transaktionskosten der weniger preissensiblen Nachfrager sowie des Anteilswertes α	146
<i>Abb. 22:</i> Durchschnittlicher Gewinn in Abhängigkeit der Höhe der maximalen Zahlungsbereitschaft sowie der Transaktionskosten der weniger preissensiblen Nachfrager bei einem Anteilswert von $\alpha = 0,7$	149
<i>Abb. 23:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation des Anteils α der weniger preissensiblen Nachfrager und der Standardabweichung der Transaktionskosten	154
<i>Abb. 24:</i> Gruppenkauf einer Waschmaschine bei Letsbuyit.com.....	156
<i>Abb. 25:</i> Gruppenkauf von Palm Pilots bei Accompany.com	157
<i>Abb. 26:</i> Gewinnentwicklung der Nachfragebündelung und der Einheitspreisstrategie in Abhängigkeit des zu erbringenden zeitlichen Inputs	161
<i>Abb. 27:</i> Optimale Preisstruktur der Nachfragebündelung und optimaler Einheitspreis für alternative Werte von α in Abhängigkeit des zeitlichen Inputs s	162
<i>Abb. 28:</i> Preisabsatzfunktion im Zwei-, Drei- und N-Segment-Fall.....	169
<i>Abb. 29:</i> Festsetzung des optimalen uniformen Preises im Drei-Segment-Fall ...	170
<i>Abb. 30:</i> Festsetzung des optimalen uniformen Preises im N-Segment-Fall	171
<i>Abb. 31:</i> Zusammensetzung des Gewinns der Nachfragebündelung bei alternativen Preisstrukturen im Drei-Segment-Fall	175

Tabellenverzeichnis

<i>Tab. 1:</i> Überblick über die Formen der Preisdifferenzierung und Kennzeichnung anhand der Definition der Preisdifferenzierung.....	86
<i>Tab. 2:</i> Kaufentscheidungsverhalten im Fall der Preisdifferenzierung in Gestalt der Nachfragebündelung im Grundmodell.....	112
<i>Tab. 3:</i> Optimales Preissetzungsverhalten im Rahmen der uniformen Preisstrategie.....	115
<i>Tab. 4:</i> Anteil der Individual- und Gruppenkäufer aus den beiden Nachfragergruppen	121
<i>Tab. 5:</i> Datenkonstellation der Ausgangssituation	133
<i>Tab. 6:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation des Anteils α der weniger preissensiblen Nachfrager und Konstanz aller übrigen Parameter.....	135
<i>Tab. 7:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation des Anteils α der weniger preissensiblen Nachfrager und Transaktionskosten der weniger preissensiblen Kunden von $N_H(350,70)$	141
<i>Tab. 8:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation des Anteils α der weniger preissensiblen Nachfrager und Transaktionskosten der weniger preissensiblen Kunden von $N_G(25,5)$	145
<i>Tab. 9:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation der maximalen Zahlungsbereitschaft der weniger preissensiblen Nachfrager bei einem Anteilswert von $\alpha = 0,7$	148
<i>Tab. 10:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation der maximalen Zahlungsbereitschaft der preissensibleren Nachfrager bei einem Anteilswert von $\alpha = 0,7$	150
<i>Tab. 11:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation des Anteils α der weniger preissensiblen Nachfrager bei Transaktionskosten der weniger preissensiblen Kunden von $N_H(300,150)$	152
<i>Tab. 12:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie bei Variation des Anteils α der weniger preissensiblen Nachfrager bei Transaktionskosten der preissensiblen Kunden in Höhe von $N_G(50,25)$	153
<i>Tab. 13:</i> Ergebnisse der Simulationsstudie für einen auf die Anteilswerte α jeweils optimal abgestimmten zu erbringenden zeitlichen Input s	163

Tab. 14: Veränderungen der Variablenwerte im Optimum im Vergleich zur Ausgangssituation bei isoliertem Anstieg der Parameterwerte.....	168
Tab. 15: Ergebnisse der Simulationsstudie bei exponentialverteilten Transaktionskosten und Zugrundelegung der Daten der Ausgangskonstellation	180
Tab. 16: Ergebnisse der Simulationsstudie bei exponentialverteilten Transaktionskosten und vergrößertem Abstand zwischen den Transaktionskosten der beiden Segmente	180