

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b>	XIII
<b>Tabellenverzeichnis</b>	XV
<b>1 Einführung</b>	1
<b>1.1 Internationale Kunden-Lieferanten-Beziehungen - Relevanz und Aktualität</b>	1
<b>1.2 Fragestellungen und Eingrenzung der Untersuchung</b>	4
<b>1.3 Gang der Untersuchung</b>	6
<b>2 Grundlagen der Untersuchung</b>	9
<b>2.1 Bestandsaufnahme der bisherigen Forschung</b>	9
2.1.1 Konzeptionelle Beiträge	11
2.1.2 Ergebnisse empirischer Untersuchungen	16
2.1.2.1 Untersuchungen im Bereich internationaler Kunden-Lieferanten-Beziehungen	16
2.1.2.2 Inhaltlich verwandte Untersuchungen im Bereich internationaler Marketingkanäle	25
2.1.3 Der Erkenntnisbeitrag der bisherigen Forschung zu den Forschungsfragen	33
<b>2.2 Theoretische Bezugspunkte zur Erklärung internationaler Geschäftsbeziehungen</b>	37
2.2.1 Der situative Ansatz	38
2.2.2 Die Ressourcenabhängigkeitsperspektive	41
2.2.3 Die Transaktionskostentheorie	45
2.2.4 Der Erkenntnisbeitrag der theoretischen Bezugspunkte	52
<b>2.3 Gang der empirischen Untersuchung</b>	54
2.3.1 Datenerhebung und Datengrundlage	54
2.3.1.1 Datenerhebung	54
2.3.1.2 Datengrundlage	58
2.3.2 Methodisches Vorgehen	62
2.3.2.1 Gütebeurteilung der Messung	62
2.3.2.1.1 Beurteilung der Reliabilität anhand von Kriterien der ersten Generation	65
2.3.2.1.2 Beurteilung der Reliabilität und Validität anhand von Kriterien der zweiten Generation	69
2.3.2.2 Dependenzanalysen	77
2.3.2.2.1 Diskriminanzanalyse	78
2.3.2.2.2 Regressionsanalyse	82

<b>3 Einfluß situativer Faktoren auf die Tendenz zur Beschaffung im Ausland</b>	89
<b>3.1 Bezugspunkte in der Literatur</b>	89
<b>3.2 Konzeptualisierung und Operationalisierung der situativen Faktoren</b>	92
3.2.1 Darstellung der einzelnen Konstrukte	95
3.2.1.1 Verfügbarkeit von Beschaffungsalternativen	95
3.2.1.2 Produktwichtigkeit	98
3.2.1.3 Produktkomplexität	101
3.2.1.4 Dynamik	103
3.2.1.4.1 Dynamik des Produktangebots	104
3.2.1.4.2 Dynamik von Preisen und Kosten	105
3.2.1.4.3 Dynamik der Produktqualität	106
3.2.1.4.4 Technologiedynamik	107
3.2.2 Untersuchung des Konstruktverbunds	108
<b>3.3 Hypothesenformulierung</b>	108
<b>3.4 Hypothesenprüfung und Ergebnisdiskussion</b>	113
<b>4 Steuerungsmechanismen in internationalen Geschäftsbeziehungen</b>	121
<b>4.1 Bezugspunkte in der Literatur</b>	122
<b>4.2 Konzeptualisierung und Operationalisierung der Konstrukte</b>	128
4.2.1 Darstellung der einzelnen Konstrukte	129
4.2.1.1 Ausmaß der Marktüberwachung	129
4.2.1.2 Vertrauen zum Lieferanten	132
4.2.1.3 Nutzung vertraglicher Vereinbarungen	136
4.2.2 Untersuchung des Konstruktverbunds	139
<b>4.3 Hypothesenformulierung</b>	140
<b>4.4 Hypothesenprüfung und Ergebnisdiskussion</b>	145
4.4.1 Überprüfung mittels einer binären Regressionsanalyse	145
4.4.1.1 Kontrollvariablen	145
4.4.1.2 Ergebnisse der binären Regressionsanalyse	146
4.4.2 Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	149
<b>5 Qualität internationaler Geschäftsbeziehungen</b>	153
<b>5.1 Bezugspunkte in der Literatur</b>	154
<b>5.2 Konzeptualisierung und Operationalisierung der Konstrukte</b>	158
5.2.1 Darstellung der einzelnen Konstrukte	158
5.2.1.1 Zufriedenheit des Kunden mit dem Lieferanten	158
5.2.1.2 Vertrauen zum Lieferanten	161
5.2.1.3 Langfristige Orientierung des Kunden	161
5.2.1.4 Beabsichtigte Ausweitung der Geschäftstätigkeit mit dem Lieferanten	164
5.2.2 Untersuchung des Konstruktverbunds	166

<b>5.3 Hypothesenformulierung</b>	167
<b>5.4 Hypothesenprüfung und Ergebnisdiskussion</b>	171
5.4.1 Bivariate Überprüfung	171
5.4.2 Vertiefende Analysen	173
5.4.3 Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	179
<b>6 Zusammenfassung und Implikationen für Theorie und Praxis</b>	181
<b>6.1 Zusammenfassung und Bewertung der wesentlichen Ergebnisse</b>	181
<b>6.2 Ansatzpunkte weiterer wissenschaftlicher Forschung</b>	184
<b>6.3 Handlungsempfehlungen zur Gestaltung internationaler         Geschäftsbeziehungen für die Praxis</b>	187
<b>X Literaturverzeichnis</b>	191

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1:	Bezugsrahmen der Arbeit	7
Abbildung 2-1:	Transaktionskosten von Markt und Hierarchie in Abhängigkeit von Unsicherheit und Spezifität	48
Abbildung 2-2:	Transaktionskosten von Markt, Hybridform und Hierarchie in Abhängigkeit von Unsicherheit und Spezifität	50
Abbildung 2-3:	Vorgehen im Rahmen der Datenerhebung	55
Abbildung 2-4:	Teilstichproben der Untersuchung	56
Abbildung 2-5:	Umfang der Teilstichproben der Untersuchung	59
Abbildung 2-6:	Eignung der Ansprechpartner	60
Abbildung 2-7:	Größe der beteiligten Unternehmen nach Mitarbeiterzahlen	61
Abbildung 3-1:	Verfeinerter Bezugsrahmen zu Forschungsfrage 1	95
Abbildung 3-2:	Hypothesen zu Forschungsfrage 1	113
Abbildung 4-1:	Verfeinerter Bezugsrahmen zu Forschungsfrage 2	129
Abbildung 4-2:	Quellen der Unsicherheit im Überblick	141
Abbildung 4-3:	Transaktionskosten der Steuerungsmechanismen bei unterschiedlichen Ausprägungen der Unsicherheit	143
Abbildung 4-4:	Hypothesen zu Forschungsfrage 2	144
Abbildung 5-1:	Verfeinerter Bezugsrahmen zu Forschungsfrage 3	158
Abbildung 5-2:	Hypothesen zu Forschungsfrage 3	171
Abbildung 5-3:	Vertiefende Analysen zu dem Einfluß der Internationalität auf die Beziehungsqualität	174
Abbildung 5-4:	Strukturmodell der Beziehungen zwischen Internationalität, Lieferantenverhalten und Beziehungsqualität	179

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 2-1:	Konzeptionelle Beiträge zu internationalen Geschäftsbeziehungen	14
Tabelle 2-2:	Untersuchungen internationaler Kunden-Lieferanten-Beziehungen im deutschsprachigen Raum	18
Tabelle 2-3:	Untersuchungen internationaler Kunden-Lieferanten-Beziehungen der IMP-Group	22
Tabelle 2-4:	Untersuchungen im Bereich internationaler Marketingkanäle	28
Tabelle 2-5:	Überblick zu den wesentlichen empirischen Ergebnissen der IMP-Group hinsichtlich des Einflusses der Internationalität auf ausgewählte Konstrukte	35
Tabelle 2-6:	Beiträge der Theorien zu den Forschungsfragen	53
Tabelle 2-7:	Kriterien der ersten und zweiten Generation zur Beurteilung der Meßmodelle	77
Tabelle 3-1:	Empirisch nachgewiesene Einflüsse situativer Faktoren auf die Tendenz zur Beschaffung im Ausland	92
Tabelle 3-2:	Informationen zum Faktor Verfügbarkeit von Beschaffungsalternativen	97
Tabelle 3-3:	Informationen zum Faktor Produktwichtigkeit	100
Tabelle 3-4:	Informationen zum Faktor Produktkomplexität	103
Tabelle 3-5:	Indikatoren des Faktors Dynamik des Produktangebots	105
Tabelle 3-6:	Indikatoren des Faktors Dynamik von Preisen und Kosten	106
Tabelle 3-7:	Indikatoren des Faktors Dynamik der Produktqualität	107
Tabelle 3-8:	Indikatoren des Faktors Technologiedynamik	107
Tabelle 3-9:	Einfluß der situativen Faktoren auf die Tendenz zur Beschaffung im Ausland	115
Tabelle 3-10:	Übersicht zu den Hypothesen und Analyseergebnissen im Zusammenhang mit Forschungsfrage 1	118

Tabelle 4-1:	Ausgewählte Studien über Koordinationsformen bzw. Steuerungsmechanismen mit transaktionskostentheoretischem Bezugsrahmen	124
Tabelle 4-2:	Ausgewählte Studien zu der Theorie der relationalen Vertragsformen	127
Tabelle 4-3:	Informationen zum Faktor Ausmaß der Marktüberwachung	131
Tabelle 4-4:	Informationen zum Faktor Vertrauen zum Lieferanten	135
Tabelle 4-5:	Informationen zum Faktor Nutzung vertraglicher Vereinbarungen	138
Tabelle 4-6:	Untersuchung der Diskriminanzvalidität der Steuerungsmechanismen	140
Tabelle 4-7:	Ergebnisse der Regressionsanalysen	147
Tabelle 4-8:	Übersicht zu den hypothetischen und empirisch festgestellten Auswirkungen der Internationalität im Zusammenhang mit Forschungsfrage 2	149
Tabelle 4-9:	Ergebnisse der Regressionsanalysen mit relativen Werten	151
Tabelle 5-1:	Konzeptualisierungen der Qualität von Geschäftsbeziehungen	156
Tabelle 5-2:	Informationen zum Faktor Zufriedenheit des Kunden mit dem Lieferanten	161
Tabelle 5-3:	Informationen zum Faktor langfristige Orientierung des Kunden	163
Tabelle 5-4:	Informationen zum Faktor beabsichtigte Ausweitung der Geschäftstätigkeit mit dem Lieferanten	165
Tabelle 5-5:	Untersuchung der Diskriminanzvalidität der Facetten von Beziehungsqualität	166
Tabelle 5-6:	Mittelwerte der Facetten der Qualität nationaler und internationaler Geschäftsbeziehungen sowie Ergebnisse des t-Tests	172
Tabelle 5-7:	Ergebnisse der Regressionsanalysen	176
Tabelle 5-8:	Mittelwerte der Qualität von Produkten und Dienstleistungen, Flexibilität im Umgang mit Kunden und Offenheit im Informationsverhalten nationaler und ausländischer Lieferanten sowie Ergebnisse des t-Tests	178