

# Inhaltsübersicht

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	XV
<b>A Einführung.....</b>	<b>1</b>
1 Problemstellung in der Praxis .....	1
2 Problembehandlung in der Theorie und Zielsetzung der Arbeit.....	5
3 Forschungsmethodik und Gang der Untersuchung .....	13
<b>B Grundlagen und theoretische Bezugspunkte.....</b>	<b>19</b>
1 Grundlagen zur Kundenabwanderung sowie zu Übernahmen und Fusionen..	19
2 Theoretische Bezugspunkte der Arbeit.....	51
<b>C Entwicklung eines Prozessmodells zur Konzeptualisierung und Analyse der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen.....</b>	<b>99</b>
1 Konzeptionelle Vorüberlegungen und Vorgehensweise .....	99
2 Bestehende Geschäftsbeziehung im Kontext eines Unternehmensnetzwerkes als Ausgangsbasis .....	103
3 Beendete Geschäftsbeziehung als Reaktion auf kundenseitig wahrgenommene Veränderungen in der bestehenden Geschäftsbeziehung bei Übernahmen und Fusionen .....	114
4 Prozessuale Darstellung der Beendigung einer bestehenden Geschäftsbeziehung bei Übernahmen und Fusionen .....	152
5 Zusammenfassung: Prozessmodell zur Konzeptualisierung und Analyse der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen .....	164
<b>D Empirische Untersuchung zur Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen .....</b>	<b>169</b>
1 Vorüberlegungen zur Wahl der geeigneten Forschungsrichtung.....	169
2 Design der empirischen Untersuchung.....	172
3 Ergebnisse der empirischen Untersuchung zur Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen aus Kundensicht.....	180
4 Zusammenfassung der empirischen Untersuchungsergebnisse .....	224

<b>E Implikationen und Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der Arbeit</b> .....	<b>227</b>
1 Implikationen für das Management zur Vermeidung der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen.....	227
2 Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der Arbeit.....	238
3 Implikationen für die weitere Forschung .....	243
 Anhang.....	 247
Literaturverzeichnis .....	253

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	XV
<b>A Einführung.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Problemstellung in der Praxis .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Problembehandlung in der Theorie und Zielsetzung der Arbeit.....</b>	<b>5</b>
<b>3 Forschungsmethodik und Gang der Untersuchung .....</b>	<b>13</b>
<b>B Grundlagen und theoretische Bezugspunkte.....</b>	<b>19</b>
<b>1 Grundlagen zur Kundenabwanderung sowie zu Übernahmen und Fusionen.....</b>	<b>19</b>
1.1 Grundlagen zur Kundenabwanderung.....	19
1.1.1 Geschäftsbeziehungen im Business-to-Business-Bereich als Ausgangspunkt zur Analyse der Kundenabwanderung .....	20
1.1.2 Definition des Begriffs "Kundenabwanderung" .....	28
1.2 Grundlagen zu Übernahmen und Fusionen.....	32
1.2.1 Definition der Begriffe "Übernahmen" und "Fusionen".....	32
1.2.2 Bindungsrichtung bei Übernahmen und Fusionen .....	36
1.2.3 Phasen des Akquisitionsprozesses.....	40
1.2.4 Aspekte der Integrationsdurchführung bei Übernahmen und Fusionen .....	45
<b>2 Theoretische Bezugspunkte der Arbeit .....</b>	<b>51</b>
2.1 Theoretische Erklärungsansätze für die Beendigung von Beziehungen ...	52
2.1.1 Die sozialpsychologische Theorie von Duck.....	52
2.1.2 Die Soziale Austauschtheorie von Thibaut / Kelley.....	59
2.1.3 Die mikroökonomische Theorie von Hirschman.....	64

2.2 Die Interaktionsansätze als theoretische Analyseansätze für Geschäftsbeziehungen .....	71
2.2.1 Typologien von Interaktionsansätzen.....	72
2.2.2 Der Interaktionsansatz der IMP Group.....	78
2.2.3 Der Interaktionsansatz von Möller / Wilson.....	83
2.2.4 Der interaktionsorientierte Schwedische Netzwerkansatz.....	89
<b>C Entwicklung eines Prozessmodells zur Konzeptualisierung und Analyse der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen.....</b>	<b>99</b>
<b>1 Konzeptionelle Vorüberlegungen und Vorgehensweise .....</b>	<b>99</b>
<b>2 Bestehende Geschäftsbeziehung im Kontext eines Unternehmens- netzwerkes als Ausgangsbasis .....</b>	<b>103</b>
2.1 Strukturierung einer bestehenden Geschäftsbeziehung.....	103
2.2 Ergebnis einer bestehenden Geschäftsbeziehung .....	109
2.3 Bindungen in einer bestehenden Geschäftsbeziehung .....	111
<b>3 Beendete Geschäftsbeziehung als Reaktion auf kundenseitig wahr- genommene Veränderungen in der bestehenden Geschäftsbeziehung bei Übernahmen und Fusionen .....</b>	<b>114</b>
3.1 Modell von Halinen et al. zu Veränderungen in Unternehmensnetz- werken .....	114
3.2 Einflussgrößen auf eine bestehende Geschäftsbeziehung im Kontext eines Unternehmensnetzwerkes .....	123
3.2.1 Destabilisierende Einflussgrößen.....	124
3.2.2 Stabilisierende Einflussgrößen.....	131
3.3 Entwicklung eines Modells zur Konzeptualisierung und Analyse der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen .....	138
<b>4 Prozessuale Darstellung der Beendigung einer bestehenden Geschäftsbeziehung bei Übernahmen und Fusionen .....</b>	<b>152</b>
<b>5 Zusammenfassung: Prozessmodell zur Konzeptualisierung und Analyse der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen.....</b>	<b>164</b>

<b>D Empirische Untersuchung zur Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen .....</b>	<b>169</b>
<b>1 Vorüberlegungen zur Wahl der geeigneten Forschungsrichtung .....</b>	<b>169</b>
<b>2 Design der empirischen Untersuchung .....</b>	<b>172</b>
<b>3 Ergebnisse der empirischen Untersuchung zur Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen aus Kundensicht.....</b>	<b>180</b>
3.1 Wahrgenommene Phasen des Akquisitionsprozesses aus Kundensicht .....	180
3.2 Negativ wahrgenommene Veränderungen bei Übernahmen und Fusionen aus Kundensicht .....	188
3.2.1 Eigentümerwechselphase .....	190
3.2.2 Integrationsphase .....	195
3.2.3 Zusammenfassung .....	207
3.3 Positiv wahrgenommene Veränderungen bei Übernahmen und Fusionen aus Kundensicht .....	208
3.4 Prozessuale Darstellung der Beendigung einer Geschäftsbeziehung bei Übernahmen und Fusionen aus Kundensicht.....	214
3.5 Maßnahmen zur Vermeidung der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen aus Kundensicht .....	221
<b>4 Zusammenfassung der empirischen Untersuchungsergebnisse .....</b>	<b>224</b>
<b>E Implikationen und Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der Arbeit .....</b>	<b>227</b>
<b>1 Implikationen für das Management zur Vermeidung der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen .....</b>	<b>227</b>
<b>2 Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der Arbeit.....</b>	<b>238</b>
<b>3 Implikationen für die weitere Forschung .....</b>	<b>243</b>
Anhang.....	247
Literaturverzeichnis .....	253

# Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

## Abbildungen

Abb. 1: Ziele von Übernahmen und Fusionen .....	2
Abb. 2: Forschungsprozess der Untersuchung.....	14
Abb. 3: Aufbau der Arbeit .....	17
Abb. 4: Unterschiedliche Interaktionsniveaus in einer Geschäftsbeziehung.....	24
Abb. 5: Schema zur Klassifizierung von Übernahmen und Fusionen anhand der Bindungsrichtung .....	37
Abb. 6: Prozessuale Darstellung einer Übernahme bzw. Fusion.....	44
Abb. 7: Integrationsansätze und Integrationsgrad nach Haspeslagh / Jemison ..	48
Abb. 8: Trennungsmodell nach Duck.....	56
Abb. 9: Attraktivität und Abhängigkeit in Beziehungen .....	63
Abb. 10: Faktoren und ihre Wirkung auf die Reaktionswege "Abwanderung" und "Widerspruch" .....	67
Abb. 11: Typologisierung der Interaktionsansätze.....	74
Abb. 12: Der Interaktionsansatz der IMP Group.....	82
Abb. 13: Darstellung einer fokalen Geschäftsbeziehung im Rahmen eines Unternehmensnetzwerkes.....	91
Abb. 14: Strukturdimensionen im interaktionsorientierten Schwedischen Netzwerkansatz – ein Analyserahmen für Unternehmensnetzwerke .....	96
Abb. 15: Konzeptionelle Vorüberlegungen zur Entwicklung des Prozessmodells.....	100
Abb. 16: Ebenen einer bestehenden Geschäftsbeziehung im Kontext eines Unternehmensnetzwerkes.....	103
Abb. 17: Strukturierung eines Unternehmensnetzwerkes.....	108
Abb. 18: Veränderungsarten nach Halinen et al. ....	117
Abb. 19: Modell von Halinen et al. ....	121
Abb. 20: Phasen einer Übernahme bzw. Fusion aus Kundensicht.....	146

Abb. 21: Modell zur Konzeptionalisierung und Analyse der Kundenabwanderung bei Übernahmen und Fusionen .....	150
Abb. 22: Prozessuale Beendigung einer bestehenden Geschäftsbeziehung .....	154
Abb. 23: Wesentliche Module des Interviewleitfadens .....	176
Abb. 24: Strukturierung kundenseitig wahrgenommener Veränderungen .....	189
Abb. 25: Qualitative Bewertung wesentlicher in der Eigentümerwechselphase ausgelöster und vom Kunden wahrgenommener negativer Veränderungen .....	195
Abb. 26: Qualitative Bewertung wesentlicher in der Integrationsphase ausgelöster und vom Kunden wahrgenommener negativer Veränderungen .....	206
Abb. 27: Qualitative Bewertung der verschiedenen Strukturierungsebenen.....	208
Abb. 28: Angepasster Kundenabwanderungsprozess .....	216

## **Tabellen**

Tab. 1: Überblick über die geführten Expertengespräche .....	174
--	-----