

INHALTSVERZEICHNIS

I. Begründung der Aufgabenstellung und Erläuterung der Vorgehensweise	1
II. Begriffliche Abgrenzung	9
1. Zum Begriff des Investitionsgutes	9
2. Zum Begriff des Gegengeschäfts	10
III. Erfassung und Analyse reziproker Austauschvorgänge	16
1. Erscheinungsformen des Gegengeschäfts	16
a) Überblick über die wichtigsten Kriterien zur Einteilung reziproker Austauschvorgänge	16
b) Klassifizierung der Gegengeschäfte im Hinblick auf einzelne Unterscheidungskriterien	17
(1) Ziele bzw. Motive gegengeschäftlichen Handelns	17
(2) Die Zahl der am Gegengeschäft beteiligten Parteien	20
(3) Der Status der am Gegengeschäft beteiligten Organisationen	25
(4) Die relative Machtposition und die Machtausübung der einzelnen Gegengeschäftspartei	27
(5) Die Form des Vertragsabschlusses	30
(6) Die zeitliche Abfolge von Realgüterleistung und Realgütergegenleistung	34
(7) Die Technik des Leistungsausgleichs	35
(8) Das wertmäßige Verhältnis von Realgüterleistung und Realgütergegenleistung	37
(9) Der Grad der materiellen Verbundenheit von Realgüterleistung und Realgütergegenleistung	39
(10) Der Grad der Geschlossenheit des Realgüterkreislaufes	42
(11) Die nationale Zugehörigkeit der am Gegengeschäft beteiligten Organisationen	47
(12) Der wertmäßige Umfang des Gegengeschäfts	53
c) Bestimmungsfaktoren und merkmalspezifische idealtypische Ausprägungen des Gegengeschäfts — eine zusammenfassende Übersicht	54
2. Geschäfte im Clearing und Switchgeschäfte als gegengeschäftsnahe Formen des internationalen Güteraustausches	56
a) Geschäfte im Clearing	56
b) Das Switchgeschäft	60
3. Langfristige reziproke Beziehungen	72

IV. Der gegengeschäftspolitische Entscheidungsprozeß als besondere Form industriellen Absatz- und Beschaffungsverhaltens	74
1. Die Grundstruktur gegengeschäftspolitischer Entscheidungen ..	74
2. Die Besonderheiten industrieller Einkaufs- und Verkaufsprozesse	76
3. Wechselseitige Beziehungen zwischen Umweltfaktoren und gegengeschäftspolitischen Entscheidungen	82
a) Die gesamtwirtschaftliche Situation	82
b) Die branchenspezifische Wettbewerbssituation und die Konkurrenzbeziehungen	88
c) Die Anbieter-Nachfrager-Beziehung	98
(1) Der grundsätzliche Einfluß der Macht	98
(2) Die den Abschluß von Gegengeschäften begünstigenden Faktoren	99
(a) Der Einfluß der Unternehmensgröße	99
(b) Die Breite des Absatzsortiments	102
(c) Rückwirkungen auf das Konkurrenzverhalten	106
(3) Die die Ablehnung von Gegengeschäften begünstigenden Faktoren	111
d) Die Multiorganisationalität auf der Anbieter- bzw. Nachfragerseite	113
e) Gesetzgebung und Rechtsprechung	114
4. Wechselseitige Beziehungen zwischen dem Entscheidungsgremium als Ganzes und dem gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß	120
a) Die Entscheidungsgremien bei miteinander unverbundenen Absatz- und Beschaffungsentscheidungen als Elemente des gegengeschäftspolitischen Entscheidungsgremiums	120
b) Die Verschmelzung von Buying und Selling Center beim gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß	123
c) Die sich bei gegengeschäftspolitischen Entscheidungen ergebenden Probleme und Gestaltungsaufgaben	127
5. Wechselseitige Beziehungen zwischen den Einstellungen und Verhaltensweisen einzelner Mitglieder des gegengeschäftspolitischen Entscheidungsgremiums und dem reziproken Entscheidungsprozeß	132
a) Die Bedeutung der Einstellungen und Verhaltensweisen der Einkäufer für den gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß	132
b) Die Bedeutung der Einstellungen und Verhaltensweisen der Verkäufer für den gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß	147
c) Die Bedeutung der Einstellungen und Verhaltensweisen der Entscheider für den gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß	153
d) Die Bedeutung der Einstellungen und Verhaltensweisen weiterer Funktionsträger im kombinierten Buying/Selling Center für den gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß	157
e) Gestaltungsaufgaben, die sich aus den Einstellungen und Verhaltensweisen der einzelnen Funktionsträger gegenüber dem gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß ergeben	160

6.	Wechselseitige Beziehungen zwischen der Unternehmensorganisation und dem gegengeschäftspolitischen Entscheidungsprozeß	162
a)	Hauptfragestellungen im Zusammenhang mit der organisatorischen Eingliederung der gegengeschäftspolitischen Funktion	162
b)	Probleme einer dezentralisierten Gegengeschäftspolitik	163
c)	Alternativen einer Zentralisierung der Gegengeschäftspolitik	168
d)	Verbreitung, Aufgaben und hierarchische Einordnung von Spezialabteilungen für gegengeschäftspolitische Aufgaben	172
(1)	Verbreitung von Spezialabteilungen für gegengeschäftspolitische Aufgaben	172
(2)	Aufgaben einer Spezialabteilung für Gegengeschäfte	174
(3)	Eingliederung einer Spezialabteilung für Gegengeschäfte in die Unternehmensorganisation	182
V.	<i>Ausgewählte Probleme einer Einbettung der Gegengeschäftspolitik in die Absatz- und Beschaffungsstrategie</i>	187
1.	Auswirkungen der Gegengeschäftspolitik auf ausgewählte absatz- und beschaffungspolitische Basisentscheidungen	187
a)	Der Einfluß der Gegengeschäftspolitik auf die Entscheidung über Eigenfertigung und Fremdbezug	187
b)	Der Einfluß der Gegengeschäftspolitik auf die Entscheidung über Sofortabsatz und Weiterverarbeitung	190
c)	Die Gegengeschäftspolitik als Kriterium der Lieferantenbewertung	191
d)	Die Gegengeschäftspolitik als Kriterium der Abnehmerbewertung bzw. der Absatzmarktsegmentierung	202
e)	Auswirkungen der Gegengeschäftspolitik auf die Zahl der Bezugsquellen und die „Treue“ zum Lieferanten	205
2.	Auswirkungen der Gegengeschäftspolitik auf ausgewählte absatz- und beschaffungspolitische Instrumentalentscheidungen	215
a)	Gegengeschäftspolitische Entscheidungen im Bereich der Sortiments- und Produktpolitik	215
(1)	Die Entscheidung über Leistungs- und Gegenleistungsart als Hauptproblem gegengeschäftspolitischer Entscheidungen im Bereich der Sortiments- und Produktpolitik	215
(2)	Absatz- und beschaffungspolitische Probleme bei der Übernahme von Gegenleistungen ins bisherige Beschaffungssortiment	218
(3)	Absatz- und beschaffungspolitische Probleme bei einer Übernahme von Gegenleistungen ins bisherige Absatzsortiment	234
(a)	Berücksichtigung der Rückkaufgeschäfte	234
(b)	Berücksichtigung von Gegengeschäften mit unverbundenen Realgüterleistungen	244
(4)	Absatz- und beschaffungspolitische Probleme bei einer Übernahme von dem bisherigen Absatz- und Beschaffungssortiment unverwandten Gegenleistungen	252

b) Gegengeschäftspolitische Entscheidungen im Bereich der Dis- tributionspolitik	259
c) Gegengeschäftspolitische Entscheidungen im Bereich der Ent- gelt- und Finanzierungspolitik	275
(1) Die grundsätzliche Beziehung zwischen Gegengeschäfts- politik, Entgeltart und Kreditgeschäft	275
(2) Auswirkungen der Gegengeschäftspolitik auf entgelt- bzw. preispolitische Entscheidungen	279
(3) Auswirkungen der Gegengeschäftspolitik auf finanzia- rungspolitische Entscheidungen	288
d) Der kombinierte Einsatz des gegengeschäftspolitischen In- strumentariums — erläutert anhand eines Fallbeispiels	292
(1) Darstellung und Analyse eines einzelnen Gegengeschäfts	292
(2) Merkmalsausprägungen des dargestellten Gegengeschäfts und die mit ihnen verbundenen Marketing-Probleme ..	305
<i>VI. Schlußbetrachtung: Gegengeschäfte und Marketingverständnis</i>	<i>313</i>
<i>Literaturverzeichnis</i>	<i>317</i>