

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis	VIII
Abkürzungsverzeichnis	IX
1. Einführung und Zielbeschreibung	1
2. Die Charakterisierung des technischen Kundendienstes als ein Instrument zur Förderung des Absatzes hochwertiger Konsumgüter	13
2.1. Die Beziehungen zwischen Hauptleistungen und technischen Kundendienstleistungen	13
2.1.1. Die Bedeutung technischer Kundendienstleistungen für einzelne Absatzobjekte im Konsumgüterbereich	13
2.1.2. Die Art des Zusammenhangs zwischen Hauptleistungen und technischen Kundendienstleistungen	17
2.1.3. Der mengenmäßige Zusammenhang zwischen Hauptleistungen und technischen Kundendienstleistungen	20
2.1.4. Die zeitliche Verteilung technischer Kundendienstleistungen über den Nutzungszeitraum von Hauptleistungen	22
2.2. Technische Kundendienstleistungen zur Herstellung und Erhaltung der Gebrauchsfähigkeit hochwertiger Konsumgüter	25
2.2.1. Die Funktion des technischen Kundendienstes zur Herstellung der Gebrauchsfähigkeit hochwertiger Konsumgüter	26
2.2.1.1. Installation	27
2.2.1.2. Unterweisung im Gebrauch	29
2.2.2. Die Funktion des technischen Kundendienstes zur Erhaltung der Gebrauchsfähigkeit hochwertiger Konsumgüter	31
2.2.2.1. Inspektion und Wartung	31
2.2.2.2. Reparatur	33
2.2.2.3. Ersatzteildienst	35
2.2.2.4. Stellung von Ersatzgeräten	36

	Seite
2.2.3. Die Beziehungen zwischen den technischen Kundendienstleistungen	37
2.2.3.1. Zeitpunktbezogene Verbundbeziehungen	38
2.2.3.2. Zeitraumbezogene Verbundbeziehungen	39
2.3. Ziele der Bereitstellung und Erbringung technischer Kundendienstleistungen	44
Die Kooperationsalternativen im technischen Kundendienst zwischen Hersteller und Handel	49
3.1. Ansatzpunkte für Kooperationskonzepte im Instrumentarium der Kundendienstpolitik des Herstellers	49
3.1.1. Kundendienstprogrammpolitik	50
3.1.2. Preispolitik	55
3.1.3. Kontrahierungspolitik	59
3.1.4. Kommunikationspolitik	65
3.1.5. Distributionspolitik	72
3.2. Gestaltungsmöglichkeiten der Kooperation im technischen Kundendienst	85
3.2.1. Die Kooperation im technischen Kundendienst mit dem Facheinzelhandel	86
3.2.2. Die Kooperation im technischen Kundendienst mit dem Einzelhandel bei mehrgleisigem Absatz	87
3.2.3. Die Kooperation mit selbständigen Wartungs- und Reparaturbetrieben	89
Ausgestaltung der Kooperationskonzeption im technischen Kundendienst zwischen Hersteller und Facheinzelhandel	90
4.1. Die Ausübung der Funktionen im technischen Kundendienst durch den Hersteller	91
4.1.1. Das Bemühen des Herstellers um eine vollständige Eigenerstellung der Funktionen im technischen Kundendienst	91
4.1.2. Die Erleichterung der Funktionsausübung durch Unterstützungsmaßnahmen der Facheinzelhändler	101

	Seite
4.1.2.1. Die Kontaktaufnahme zum Kunden	102
4.1.2.2. Die Herausstellung des Herstellerzeichens im technischen Kundendienst	109
.2. Die Ausübung der Funktionen im technischen Kundendienst durch die Facheinzelhändler	113
4.2.1. Das Bemühen der Facheinzelhändler um eine vollständige Übernahme der Funktionen im technischen Kundendienst	113
4.2.2. Die Beeinflussung von Angebot und Erstellung der technischen Kundendienstleistungen bei den Facheinzelhändlern	120
4.2.2.1. Finanzielle Hilfen	124
4.2.2.1.1. Die Vergütung von Gewährleistungskosten	124
4.2.2.1.2. Die Höhe der Rabatte bzw. Bezugspreise von Ersatzteilen	128
4.2.2.1.3. Die miet- oder leihweise Überlassung von Spezialwerkzeugen und -geräten	134
4.2.2.2. Personelle Hilfen	137
4.2.2.3. Organisatorische Hilfen	139
4.2.2.3.1. Die Einrichtung dezentraler Ersatzteillager	139
4.2.2.3.2. Die Bereitstellung von "Original - Ersatzteilen"	143
4.2.2.4. Die Bereitstellung von Informationsmaterialien	153
4.2.2.5. Die Durchführung von Schulungen	155
4.2.2.5.1. Die inhaltliche Gestaltung der Schulung	155
4.2.2.5.2. Schulungsrhythmus und Schulungshäufigkeit	158
4.3. Die Ausübung der Funktionen im technischen Kundendienst durch Hersteller und Facheinzelhändler	160

	Seit
4.3.1. Die Funktionsverteilung zwischen den Kooperanden	161
4.3.1.1. Die Funktion des technischen Kundendienstes zur Herstellung der Gebrauchsfähigkeit hochwertiger Konsumgüter	163
4.3.1.1.1. Installation	163
4.3.1.1.2. Unterweisung im Gebrauch	167
4.3.1.2. Die Funktion des technischen Kundendienstes zur Erhaltung der Gebrauchsfähigkeit hochwertiger Konsumgüter	169
4.3.1.2.1. Inspektion und Wartung	169
4.3.1.2.2. Reparatur	172
4.3.1.2.3. Ersatzteildienst	175
4.3.1.2.4. Stellung von Ersatzgeräten	176
4.3.2. Das Bemühen der Facheinzelhändler um eine Verbesserung ihrer Kooperationsfähigkeit zur Funktionsausübung im technischen Kundendienst	177
4.3.2.1. Die Institutionalisierung einer horizontalen Zusammenarbeit im technischen Kundendienst	179
4.3.2.1.1. Die Einigung auf einen partnereigenen Standort	179
4.3.2.1.2. Der Aufbau und Betrieb eines gemeinsamen technischen Kundendienstes	180
4.3.2.2. Bereiche horizontaler Zusammenarbeit im technischen Kundendienst	182
Ausgestaltung der Kooperationskonzeption im technischen Kundendienst zwischen Hersteller und Einzelhandel bei mehrgleisigem Absatz	188
5.1. Die Ausübung der Funktionen im technischen Kundendienst durch den Hersteller	199

	Seite
5.1.1. Das Bemühen des Herstellers um eine vollständige Eigenerstellung der Funktionen im technischen Kundendienst bei mehrgleisigem Absatz	189
5.1.2. Die Erleichterung der Funktionsausübung durch Unterstützungsmaßnahmen der Einzelhändler	190
5.2. Die Ausübung der Funktionen im technischen Kundendienst durch die Einzelhändler	193
5.2.1. Das Bemühen der Einzelhändler um eine vollständige Übernahme der Funktionen im technischen Kundendienst	194
5.2.2. Die Beeinflussung von Angebot und Erstellung der technischen Kundendienstleistungen bei den Einzelhändlern	200
5.3. Die Ausübung der Funktionen im technischen Kundendienst durch Hersteller und Einzelhändler	204
5.3.1. Die Funktionsverteilung zwischen den Kooperanden	205
5.3.2. Die Maßnahmen zur gegenseitigen Unterstützung bei der Funktionsausübung im technischen Kundendienst	209
6. Ausgestaltung der Kooperationskonzeption im technischen Kundendienst zwischen Hersteller, Facheinzelhandel und Kundendienstbetrieben als Alternative bei ein- und mehrgleisigem Absatz	210
6.1. Die Übertragung von Funktionen im technischen Kundendienst auf selbständige Kundendienstbetriebe bei eingleisigem Absatz	211
6.1.1. Die Verlagerung von Kundendienstaufgaben auf Dritte bei Funktionsausübung durch den Hersteller	212
6.1.2. Die Verlagerung von Kundendienstaufgaben auf Dritte bei Funktionsausübung durch die Facheinzelhändler	215
6.1.3. Die Verlagerung von Kundendienstaufgaben auf Dritte bei Funktionsausübung durch Hersteller und Facheinzelhändler	216
6.2. Die Übertragung von Funktionen im technischen Kundendienst auf selbständige Kundendienstbetriebe bei mehrgleisigem Absatz	217

7. Die Entscheidung des Herstellers zur Kooperation im technischen Kundendienst	221
7.1. Die Suche nach geeigneten Kooperationspartnern im Bereich des technischen Kundendienstes	221
7.1.1. Die Ausrichtung der Kooperationskonzeption auf einzelne Marktsegmente	222
7.1.2. Die Anforderungen an die potentiellen Kooperationspartner	224
7.1.3. Das Auswahlproblem	228
7.2. Die Entscheidungen über institutionelle Maßnahmen zur Regelung der Beziehungen mit den potentiellen Kooperationspartnern	232
7.2.1. Die Stellung des technischen Kundendienstes in der Marketingorganisation des Herstellers	233
7.2.2. Der organisatorische Detailaufbau des technischen Kundendienstes	239
7.2.3. Der institutionelle Rahmen der Beziehungen	240
7.3. Der Informationsbedarf des Herstellers	242
7.3.1. Informationen über die Kundendienstanfälligkeit von Produkten	243
7.3.2. Informationen über die Kunden	246
7.3.3. Informationen über die Konkurrenten	248
7.3.4. Informationen über unabhängige Testinstitute und Verbraucherverbände	249
7.4. Die Kontrollmöglichkeiten des Herstellers zur Steuerung der Kooperation im technischen Kundendienst	251
7.4.1. Auswahl von Kontrollgrößen	252
7.4.2. Bestimmung der Ist-Werte	255
7.4.3. Soll-Ist-Vergleich	257
7.4.4. Abweichungsanalyse und Beseitigung der Abweichungen	260
8. Schlußbetrachtung	265
Literaturverzeichnis	269