



---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>VII</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>IX</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XII</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XIV</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>XVI</b>
<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>XVII</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>XIX</b>
<b>1 Problemstellung der Untersuchung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Reverse Auctions als Erkenntnisobjekt .....	1
1.2 Zugrunde liegendes Forschungskonzept .....	3
<b>2 Theoretische und begriffliche Grundlagen der Abhandlung</b> .....	<b>6</b>
2.1 Darstellung elektronischer Beschaffungsauktionen .....	6
2.1.1 Charakterisierung des Verhandlungsinstruments.....	6
2.1.2 Vorstellung möglicher Auktionsparameter .....	8
2.2 Zugrunde liegende Theorien.....	17
2.2.1 Market-Structure-Conduct-Performance-Paradigma .....	17
2.2.2 Konzept der Voice-, Exit- und Loyalty .....	20
2.2.3 Anreiz-Beitrags-Theorie.....	25
2.2.4 Produkt-Markt-Matrix .....	28
<b>3 Auktionsziele und Vorgehensweisen der beschaffenden Unternehmen</b> .....	<b>32</b>
3.1 Zielsetzungen der eRA-Einführung.....	32
3.1.1 Vorstellung möglicher Zielsetzungen .....	32
3.1.2 Verknüpfung der Zielsetzungen mit Anreizsystemen für Einkäufer .....	35
3.2 Auswahl und Entscheidungsprozesse zu eRAs .....	36
3.2.1 Auswahl der Beschaffungssituation .....	36
3.2.2 Auswahl der Auktionsdesigns und der Kommunikationsstrategie .....	42
3.2.3 Verknüpfung der Beschaffungssituation mit der Auktionsstrategie .....	53
3.3 ERA-Einbindung in den Beschaffungsprozess.....	54
3.3.1 Initiatoren und Treiber der eRA-Einführung .....	54
3.3.2 Darstellung des auktionenintegrierten Beschaffungsprozesses.....	59
<b>4 Marktstrukturveränderungen und lieferantenseitige Wahrnehmung von eRAs</b> <b>65</b>	
4.1 Marktstrukturveränderungen als determinierende Wahrnehmungsvariablen.....	65



4.2	Darstellung der Marktstrukturverschiebungen durch eRAs .....	67
4.2.1	Senkung des Preisniveaus .....	67
4.2.2	Erhöhung der Wettbewerberanzahl .....	70
4.2.3	Effizienzsteigerung des Vertriebsprozesses .....	72
4.2.4	Verlust der relativen Markttransparenz .....	76
4.3	Auktionswahrnehmung der Zulieferer .....	80
4.3.1	Fairnesswahrnehmung des Beschaffungsinstruments .....	80
4.3.2	Fairnesswahrnehmung als determinierende Variable der Beziehungsqualität .....	84
<b>5</b>	<b>Systematisierung der Zuliefererreaktionen auf eRAs .....</b>	<b>88</b>
5.1	Verhandlungsbezogene Gegenmaßnahmen .....	88
5.1.1	Darstellung verhandlungsbezogener Gegenmaßnahmen .....	88
5.1.2	Verknüpfung verhandlungsbezogener Gegenmaßnahmen mit der eRA-Wahrnehmung .....	98
5.2	Kompensationsversuche finanzieller Einbußen .....	99
5.2.1	Darstellung der Kompensationsversuche finanzieller Einbußen .....	99
5.2.2	Verknüpfung finanzieller Kompensationsversuche mit der eRA-Wahrnehmung .....	102
5.3	Strategische Neuausrichtungen .....	103
5.3.1	Darstellung strategischer Neuausrichtungen .....	103
5.3.2	Verknüpfung strategischer Neuausrichtungen mit der eRA-Wahrnehmung .....	106
<b>6</b>	<b>Methodische Grundlagen und Konzeption der empirischen Analyse .....</b>	<b>108</b>
6.1	Darstellung des Messverfahrens der Lieferantenwahrnehmung .....	108
6.1.1	Strukturgleichungsverfahren mithilfe von Partial Least Squares .....	108
6.1.2	Gütebeurteilung von PLS-Modellen .....	112
6.1.3	Operationalisierung des Messmodells .....	116
6.2	Darstellung des Messverfahrens zur Wahrscheinlichkeit von Gegenreaktionen .....	124
6.2.1	Die logistische Regression .....	124
6.2.2	Gütebeurteilung von logistischen Regressionsmodellen .....	126
6.3	Darstellung der Datenerhebung .....	128
6.3.1	Form und Gestaltung der Erhebung .....	128
6.3.2	Zielgruppe der Befragung .....	131
<b>7</b>	<b>Empirische Überprüfung der Erklärungsmodelle .....</b>	<b>134</b>
7.1	Vorbereitende qualitative Analyse und Datengrundlage der Untersuchung .....	134
7.1.1	Aufbau und Vorgehensweise der qualitativen Analyse .....	134
7.1.2	Ergebnisse der qualitativen Analyse .....	137
7.1.3	Datenerhebung und Charakteristika der Stichprobe .....	139
7.2	Ergebnisse zu den Determinanten der Auktionswahrnehmung .....	142
7.2.1	Prüfung des Messmodells .....	142
7.2.2	Prüfung des Strukturmodells .....	152
7.3	Ergebnisse zu Häufigkeiten und Determinanten der Gegenreaktionen .....	157



## Inhaltsverzeichnis

---

7.3.1	Auftreten und Ursachen verhandlungsbezogener Gegenmaßnahmen .....	157
7.3.2	Auftreten und Ursachen finanzieller Kompensationsversuche .....	163
7.3.3	Auftreten und Ursachen strategischer Neuausrichtungen .....	167
7.4	Direkte Implikationen für die Unternehmenspraxis .....	171
7.4.1	Implikationen für beschaffende Unternehmen .....	171
7.4.2	Implikationen für liefernde Unternehmen .....	175
<b>8</b>	<b>Zusammenfassende Betrachtung der Analyse.....</b>	<b>178</b>
8.1	Wissenschaftliche Ergebnisse.....	178
8.1.1	Inhaltliche Erkenntnisse .....	178
8.1.2	Theoretische und methodische Konsequenzen aus der Vorgehensweise.....	180
8.1.3	Limitationen der Arbeit und Möglichkeiten zukünftiger Forschung .....	182
8.2	Implikationen für die Unternehmenspraxis .....	184
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>