
Inhalt

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1 Einleitung.....	1
1.1 Ausgangslage der Arbeit	1
1.2 Beispiele finanzieller Nutzenrechnungen in der Management-Literatur	5
1.3 Wissenschaftliche Positionierung und Forschungsziele der Arbeit ..	11
1.4 Aufbau der Arbeit	16
2 Auswertung der Literatur zum Kundennutzen	19
2.1 Definition und Konzeption des Kundennutzens	19
2.1.1 Verständnis von benefits	27
2.1.2 Verständnis von sacrifices	33
2.1.3 Konzeption des Kundennutzens	38
2.2 Integration definitorischer und konzeptioneller Grundlagen	44
3 Konzeption finanzieller Nutzenrechnungen	49
3.1 Strukturierung und Auswertung der Literatur zu finanziellen Nutzenrechnungen	49
3.2 Instrumente der Nutzenquantifizierung	55
3.2.1 Activity-based costing	55
3.2.2 Total cost of ownership	59
3.2.3 Value-in-use-Analyseverfahren	63
3.2.4 Value word equations	69

3.3	Fallbeispiel zur Konzeption einer finanziellen Nutzenrechnung	73
3.4	Zwischenergebnisse zur Konzeption finanzieller Nutzenrechnungen	80
4	Forschungsansatz und empirische Feldarbeit	81
4.1	Grundlagen des Forschungsansatzes	81
4.1.1	Definition und Zielsetzung des Action-Research-Ansatzes	81
4.1.2	Abgrenzung des Action-Research-Ansatzes	84
4.1.3	Gründe für die Auswahl des Action-Research-Ansatzes	86
4.1.4	Prozess des Action-Research-Ansatzes	90
4.1.5	Qualität des Action-Research-Ansatzes	95
4.2	Einführung in die empirische Feldarbeit	97
4.2.1	Kontaktaufnahme und Zielsetzung der Fallstudien	97
4.2.2	Umfang und Gestaltung der Datenerhebung	99
4.2.3	Ausblick auf Struktur und Aufbau der Fallstudien	102
4.3	Zusammenfassung der methodischen und empirischen Grundlagen	105
5	Fallstudien zur Entwicklung finanzieller Nutzenrechnungen	107
5.1	Prothesen GmbH	107
5.1.1	Vorstellung der Prothesen GmbH	109
5.1.2	Vorgehen und Beobachtungen während der Entwicklung einer finanziellen Nutzenrechnung	112
5.1.3	Ergebnisse der Kooperation	133
5.1.4	Beitrag der Fallstudie zu den Forschungszielen	135
5.2	Labeling GmbH	138
5.2.1	Vorstellung der Labeling GmbH	139
5.2.2	Vorgehen und Beobachtungen während der Entwicklung einer finanziellen Nutzenrechnung	142
5.2.3	Ergebnisse der Kooperation	160
5.2.4	Beitrag der Fallstudie zu den Forschungszielen	161
5.3	E-Technik GmbH	165
5.3.1	Vorstellung der E-Technik GmbH	168
5.3.2	Vorgehen und Beobachtungen während der Entwicklung einer finanziellen Nutzenrechnung	171
5.3.3	Ergebnisse der Kooperation	189
5.3.4	Beitrag der Fallstudie zu den Forschungszielen	192
5.4	Baustoff GmbH	195
5.4.1	Vorstellung der Baustoff GmbH	197

5.4.2	Vorgehen und Beobachtungen während der Entwicklung einer finanziellen Nutzenrechnung	201
5.4.3	Ergebnisse der Kooperation	223
5.4.4	Beitrag der Fallstudie zu den Forschungszielen	226
6	Fallstudienübergreifende Auswertung der empirischen Beobachtungen	231
6.1	Fallstudienübergreifende Zusammenfassung der empirischen Beobachtungen	232
6.2	Ableitung eines generischen Prozesses zur Entwicklung finanzieller Nutzenrechnungen	238
6.3	Herausforderungen bei der Entwicklung finanzieller Nutzenrechnungen	241
6.4	Einwände und Handlungsempfehlungen zur Entwicklung finanzieller Nutzenrechnungen	244
7	Schlussbetrachtung	249
7.1	Zusammenfassung der konzeptionellen und empirischen Beiträge	249
7.2	Implikationen für die Forschung	251
7.3	Implikationen für die Unternehmenspraxis	255
	Literaturverzeichnis	259

Finanzielle Nutzenrechnungen im technischen Vertrieb
und Marketing

Konzeptionelle Grundlagen und Fallstudien

Heilmann, L.W.

2016, XX, 273 S. 55 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-12102-0