Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis ..... **XIV**

Tabellenverzeichnis ..... **XVI**

Abkürzungsverzeichnis ..... **XVIII**

1 Einleitung **1**

1.1 Bedeutung eines betrieblichen Verhandlungsmanagements und Notwendigkeit der nachverhandlungsbezogenen Erweiterung 1

1.2 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit 22

1.3 Aufbau der Arbeit 27

2 Nachverhandlungen aus Sicht der Wissenschaft **31**

2.1 Definition und Abgrenzung von Nachverhandlungen als Phänomen im Verhandlungsprozess 31

2.1.1 Grundlagen betriebswirtschaftlicher Verhandlungen 31

2.1.2 Nachverhandlungen als Teilgebiet der Verhandlungsforschung 37

2.2 Einordnung des Analyseansatzes in die wissenschaftliche Verhandlungsforschung 45

2.3 Empirische Analyse zum Status quo von Nachverhandlungen in der Marketing-Forschung 54

2.3.1 Introduction 54

2.3.2 Renegotiation: Definition and Types 55

2.3.3 Renegotiations in the Literature 57

2.3.3.1 Research Design and General Results 57

2.3.3.2 Renegotiations in Marketing Literature: Qualitative Results 59

2.3.3.3 Content Analysis concerning Different Types of Renegotiation 61

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/107968459X

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

2.3.4 Research Agenda: Research Opportunities concerning Renegotiations 61

Kapitelbezogene Literaturhinweise 65

3 Nachverhandlungen aus Sicht der Praxis 73

3.1 Qualitative Studie zum Status quo von Nachverhandlungen in der Praxis 73

3.1.1 Introduction 73

3.1.2 Literature Survey concerning Renegotiations 74

3.1.3 Renegotiations in Business-to-Business Transactions 76

3.1.3.1 Research Design of the Qualitative Study 76

3.1.3.2 Results 77

3.1.3.2.1 Appearance, drivers, and motives for renegotiations 77

3.1.3.2.2 Handling and acceptance of renegotiations .. 80

3.1.3.2.3 Consequences of renegotiations 81

3.1.4 Conclusion 82

3.2 Quantitative Studie zum Status quo von Nachverhandlungen in der Praxis 83

3.2.1 Einleitung 83

3.2.2 Fragebogendesign und Datenerhebung 85

3.2.3 Stichprobenbeschreibung 87

3.2.4 Ergebnisse 90

3.2.4.1 Ergebnisse zum Auftreten von Nachverhandlungen 90

3.2.4.2 Ergebnisse zur Initiierung von Nachverhandlungen 91

3.2.4.3 Ergebnisse zu den Konsequenzen von Nachverhandlungen 94

3.2.5 Zusammenfassung, Limitationen und Ausblick 96

Kapitelbezogene Literaturhinweise 100

4 Empirische Analyse der Auswirkungen von Nachverhandlungen auf die Geschäftsbeziehung 103

4.1 Introduction 103

4.2 Conceptual Framework and Hypotheses 106

4.3 Methodology 112

4.3.1 Research Design and Sample 112

4.3.2 Measurement 114

4.3.3 Data Analysis 116

4.4 Findings 118

4.4.1 Measurement Model 118

4.4.2 Structural Model 121

4.4.3 Moderating Effects 124

4.5 Discussion and Practical Implications 124

4.6 Limitations and Further Research 126

Kapitelbezogene Literaturhinweise 128

5 Schlussbetrachtung und Ausblick 137

5.1 Zusammenfassung der Erkenntnisse 137

5.2 Implikationen für die Forschung 146

5.3 Implikationen für die Praxis 148

5.4 Grenzen der Untersuchung und Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf 151

Anhang 155

Literaturverzeichnis 187

Acknowledgements 211