

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>A. Problemstellung</b>	<b>1</b>
<b>B. Funktionelle Dienstleistungen als Gegenstand des Investitionsgüter-Marketing</b>	<b>3</b>
<b>I. Charakterisierung des Investitionsgüter-Marketing</b>	<b>3</b>
1. Besonderheiten des Investitionsgüter-Marketing	3
2. Einteilung der Investitionsgüter	6
<b>II. Kennzeichnung funktioneller Dienstleistungen</b>	<b>9</b>
1. Funktionelle Dienstleistungen als immaterielle Produktbestandteile	9
2. Definition und Abgrenzung funktioneller Dienstleistungen	13
3. Investive Sachgüter im Marketing-Verbund mit funktionellen Dienstleistungen	20
a) Der Marketing-Verbund-Kasten	20
b) Erscheinungsformen der Leistungsverbundenheit	24
4. Ziele einer Angebotspolitik für funktionelle Dienstleistungen	31
5. Die konstitutiven Merkmale einer funktionellen Dienstleistung	34
a) Potential-Orientierung	36
b) Prozeß-Orientierung	40
c) Ergebnis-Orientierung	43

	Seite
<b>III. Ausgewählte Konsequenzen für ein Investitionsgüter-Marketing mit funktionellen Dienstleistungen</b>	48
1. Nicht-Handelbarkeit des Leistungsergebnisses	48
2. Mangelnde Garantie für die Erreichung des Leistungsziels	49
3. Eingeschränkte Standardisierbarkeit	51
4. Nicht-Reproduzierbarkeit des Leistungsergebnisses	54
5. Eingeschränkte Speicherbarkeit	56
<b>IV. Einordnung einer Angebotspolitik für funktionelle Dienstleistungen in das Marketing-Instrumentarium der Investitionsgüterhersteller</b>	60
<b>V. Ansätze zur Systematisierung funktioneller Dienstleistungen</b>	69
1. Funktionelle Dienstleistungen im Überblick	69
2. Eindimensionale Systematisierungsansätze	77
3. Vorschlag für einen mehrdimensionalen Systematisierungsansatz	81
<b>C. Die Gestaltung des Programmes funktioneller Dienstleistungen</b>	89
<b>I. Einflußgrößen bei der Gestaltung des Programmes funktioneller Dienstleistungen</b>	89
1. Unternehmensexterne Einflüsse	90
a) Marktpartner und ihr Bedarf an funktionellen Dienstleistungen	90
b) Konkurrenzunternehmen	99
c) Rechtliche Vorschriften	102
2. Unternehmensinterne Einflußgrößen	107
a) Kapazitative Ausstattung des herstellereigenen Dienstleistungspotentials	107
aa) Quantitative Kapazität	108
ab) Qualitative Kapazität	111
b) Kosten	116

II. Teilentscheidungen zur Gestaltung des Programmes funktioneller Dienstleistungen	119
1. Dimensionierung des Dienstleistungsangebotes	119
a) Angebotsdimensionierung als Grundsatzentscheidung	119
b) Tiefe des Dienstleistungsprogrammes	123
c) Breite des Dienstleistungsprogrammes	129
ca) Akquisitorische Wirkungen alternativer Programmbreiten	129
cb) Sachleistungsorientierte Gestaltung des Programmes funktioneller Dienstleistungen	130
2. Strukturierung des Programmes funktioneller Dienstleistungen	141
a) Das Kernprogramm	141
b) Das Zusatzprogramm	142
3. Selektive Ausrichtung des Programmes funktioneller Dienstleistungen	143
a) Differenzierte Marktbearbeitung mit funktionellen Dienstleistungen	143
b) Produktdifferenzierung durch funktionelle Dienstleistungen	145
ba) Voraussetzungen für eine Produktdifferenzierung durch funktionelle Dienstleistungen	145
bb) Einzelproduktorientierte versus mehrproduktorientierte Differenzierung durch funktionelle Dienstleistungen	152
bc) Möglichkeiten und Grenzen einer Produktdifferenzierung durch funktionelle Dienstleistungen	154
c) Nach Kundengruppen differenzierte Dienstleistungsangebote	158
ca) Voraussetzungen und Ansatzpunkte für eine nach Kundengruppen differenzierte Dienstleistungspolitik	158
cb) Beispiele für ein nach Kundengruppen differenziertes Dienstleistungsangebot	164
cc) Möglichkeiten und Grenzen einer nach Kundengruppen differenzierten Dienstleistungspolitik	171

	Seite
<b>III. Modifikationen des Programmes funktioneller Dienstleistungen im Zeitablauf</b>	<b>174</b>
1. Ursachen für Änderungen innerhalb des Programmes funktioneller Dienstleistungen	174
2. Funktionelle Dienstleistungen im Produktlebenszyklus	177
a) Der Produktlebenszyklus als ein Modell zur Beschreibung und Erklärung von zeitraumbezogenen Änderungen im Programm funktioneller Dienstleistungen	177
b) Phasenspezifische Dienstleistungsangebote	183
ba) Funktionelle Dienstleistungen in der Einführungsphase	183
bb) Funktionelle Dienstleistungen in der Wachstumsphase	185
bc) Funktionelle Dienstleistungen in der Reife- und Sättigungsphase	188
bd) Funktionelle Dienstleistungen in der Degenerationsphase	190
<b>D. Untersuchungsergebnisse</b>	<b>195</b>
Abbildungsverzeichnis	198
Tabellenverzeichnis	198
Abkürzungsverzeichnis	199
Literaturverzeichnis	200