Editorial

Die vier Beiträge des vorliegenden Heftes stammen aus den Bereichen der Produktion, des Marketing und der strategischen Planung.

Rationale Ineffizienzen

Fandel und *Lorth* diskutieren in ihrem methodischen Beitrag Situationen, in denen die technische Ineffizienz von Produktionen das Ergebnis rationalen ökonomischen Entscheidungsverhaltens sein kann. Insofern würde eine schwerpunktmäßige Verlagerung der Betrachtung auf ausschließlich technisch effiziente Aktivitäten zu ökonomischen Fehlentscheidungen führen. Gründe für die Rationalität technisch ineffizienter Alternativen können dabei im nutzenmaximierenden Entscheidungsverhalten eines Individuums oder einer Unternehmung insgesamt liegen, oder aber durch die Konstellation exogen gegebener Marktparameter bedingt sein. Diese Fälle werden zunächst betrachtet, bevor gezeigt wird, dass die Gutenberg-Produktionsfunktion das Auftreten technischer Ineffizienzen in der Dienstleistungsproduktion in Folge rationalen Entscheidens erklären und damit einen Beitrag dazu leisten kann, die Ansätze technischer Ineffizienz operationalisierbar zu machen. Die vorgetragenen Ergebnisse und die Befunde in der Literatur machen deutlich, dass das in der Produktionstheorie vorherrschende Auswahlkonzept der technischen Effizienz nur bedingt zur Identifikation bzw. Ausscheidung tatsächlich nicht in Frage kommender Produktionsmöglichkeiten taugt. Im Ergebnis bewahrheitet sich einmal mehr der aus der Entscheidungstheorie bekannte Grundsatz, dass für die rationale Entscheidungsfindung letztlich allein die vom Entscheidungsträger verfolgte Zielfunktion maßgeblich ist. So kann man der Einschätzung von Autoren zustimmen, wenn sie feststellen, dass die Bedeutung des mengenmäßigen Effizienzkriteriums in der Produktionstheorie überschätzt wird.

Preis und Qualität als Dimensionen von Kompromissoptionen

In einer empirischen Studie beschäftigen sich *Gierl* und *Stiegelmayr* mit der Fragestellung, wie Konsumenten auf Kompromissprodukte reagieren, wenn die Differenzierungsmerkmale in den Komponenten Preis und Qualität liegen, und wie sich diese Reaktionen auf den Wahlanteil bisher nachgefragter Produkte auswirken. Dadurch lassen sich Theorien der Vorhersage der Wirkungen von Kompromissprodukten eingehender auf ihre praktische Relevanz hin überprüfen. Erstaunlicherweise zeigen empirische Studien, dass Kompro-

missoptionen auch dann von Konsumenten bevorzugt werden, wenn ihr Preis-Qualitäts-Verhältnis deutlich schlechter als das existierender Güter ist. In der Realität würde das Ausnutzen kontextabhängiger Präferenzen dazu führen, dass ein Wettbewerber mit einem Kompromissprodukt auf den Markt treten könnte und damit das Nachfrageverhalten der Konsumenten zum Vorteil des neuen Kompromissproduktes verändert würde. In einer empirischen Studie zu sechs hochpreisigen und drei geringpreisigen Produkten, in der etwa 1200 Studenten im Hinblick auf ihr Nachfrageverhalten untersucht worden sind, konnten entsprechende Hypothesen getestet werden. Demzufolge erreichen Kompromissoptionen einen höheren Wahlanteil, je mehr sich die Komponenten Qualität und Preis gegenüber gegenläufigen Randoptionen in positiver Weise verschieben. Der Nachteil einer Randoption gegenüber der Positionierung einer Kompromissoption, die ihr ähnelt, konnte nicht bestätigt werden. Allerdings verliert bei hochpreisigen Gütern die geringstpreisige Randoption an Nachfrageanteil, wenn eine Kompromissoption platziert wird. Entsprechendes gilt für die höchstpreisige Option, wenn unter geringpreisigen Gütern eine Kompromissoption angeboten wird.

Wirkungsweise von Combined-Currency Prices

Combined-Currency Prices sind dadurch charakterisiert, dass ein Teil des Preises aus einer üblichen Währung, der andere Teil aus einer künstlichen Währung wie z. B. Bonuspunkten besteht. Huber, Vollhardt, Matthes und Meyer analysieren in ihrer zugleich theoretischen und empirisch-experimentellen Untersuchung, welche Möglichkeiten der Preisgestaltung sich aus derartigen Combined-Currency Prices ergeben. Wenn sie beispielsweise einen hohen Einfluss auf die wahrgenommene Preisfairness ausüben, sind sie bei Preiserhöhungen vorteilhafter, als wenn diese eindimensional alleine durch den Preis in realer Währung geschehen. Erweiterungen auf das Gebiet der mehrdimensionalen Preise sind naheliegend, wobei die subjektive Preiswahrnehmung des Konsumenten für die Nachfrage entscheidend ist. Mithilfe der univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalyse werden die Ergebnisse eines Online-Experiments ausgewertet, bei dem Studenten über den Kauf von Flugtickets zu entscheiden hatten. Die aus analytischen Betrachtungen generierten Hypothesen können zum großen Teil bestätigt werden. Demnach fällt die wahrgenommene Preisfairness umso höher aus, je geringer der Preisanstieg ist. Combined-Currency Prices moderieren den Zusammenhang zwischen der Höhe des Preisanstiegs und der wahrgenommenen Preisfairness. In diesen Fällen ist der negative Effekt einer Preiserhöhung schwächer als in dem Fall, wenn für die Preisgestaltung nur alleine ein realer Preis zur Verfügung steht. Dagegen kann die Hypothese, dass die Kundenzufriedenheit von Combined-Currency Prices auch die wahrgenommene Preisfairness moderiert, nicht bestätigt werden. Die Erkenntnisse bieten vielfältige Anknüpfungspunkte für Überlegungen zur effizienten Preisgestaltung.

Die deutschen Gewerkschaften

In einem Review, das 79 empirische Forschungsarbeiten der aktuellen Literatur aufarbeitet, suchen zu Knyphausen-Aufseß, Linke und Nikol Antworten auf die Fragen zu erhalten, wie sich die Mitgliedschaft in den deutschen Gewerkschaften entwickelt hat, wie ihre Stellung im deutschen System der Arbeitsbeziehungen ist und welche Erneuerungen für sie

für die Zukunft zu erwarten sind. Die Krisensituation der Gewerkschaften wird durch die Literaturstudien der Autoren eindrücklich belegt. So sind die Mitgliederzahlen, die mit der Wiedervereinigung sprunghaft angestiegen waren, seit 1992 stark geschrumpft. Der Bruttoorganisationsgrad der Beschäftigten ist von rund 40 % auf 27 % im Jahre 2004 gefallen. Eine rational ökonomische Motivation für eine individuelle Mitgliedschaft scheint es nicht zu geben, da man von den Tarifvertragserhöhungen auch als nichtorganisierter Beschäftigter profitieren kann. So sind es auch mehr kollektive, soziale und weltanschauliche Motive, welche aus individueller Sicht eine Mitgliedschaft in der Gewerkschaft nahelegen. Die institutionelle Einbindung der Gewerkschaften in das deutsche System der Arbeitsbeziehungen ist wohl ebenfalls durch erhebliche Verfallserscheinungen gekennzeichnet. So ist der Organisationsgrad der Betriebsräte schwächer geworden, Unternehmen sind aus den Arbeitgeberverbänden ausgetreten und haben damit zu einer Erodierung des Flächentarifvertrags beigetragen und die Vertretungslücke der Unternehmen durch Betriebsräte ist größer geworden. Dieser Erodierung versuchen die Gewerkschaften durch die Akzeptanz von Tarifkorridoren und Öffnungsklauseln entgegenzuwirken. Die zur Verfügung stehenden Revitalisierungsstrategien zur Erneuerung der deutschen Gewerkschaften werden von den Verfassern kritisch eingeschätzt. Am ehesten sind wohl noch politische Aktivitäten erfolgreich, wie sie durch die Reform des Betriebsverfassungsgesetzes, das Bündnis für Arbeit und die Bestrebungen zur Reform des Arbeitsmarkts und des Sozialstaats zum Ausdruck kommen.

Das Juni-Heft

In der nächsten Ausgabe werden vier Beiträge enthalten sein. Der Artikel aus dem Bereich des Marketing ist zugleich ein Praxisbeitrag. Die übrigen drei Forschungsarbeiten kommen aus den Bereichen der Produktion, der Steuerlehre und des Informationsmanagement.

Albers, Gensler und *van de Bergh* modellieren eine bestimmte Form der Entscheidungsunterstützung für die Bestimmung eines Menüs von optionalen Tarifen für ein Girokonto. Die vorgeschlagene Heuristik ermöglicht es den Entscheidungsträgern zugleich, Lösungen gegeneinander abzuwägen, die ihren spezifischen Anforderungen genügen.

Weber, Schober und *Schaeffler* bauen in ihrem Beitrag auf Modellen zur Ableitung optimaler Ersatzzeitpunkte und Instandhaltungsstrategien auf und leiten unter Berücksichtigung des Ausfallverhaltens von Komponenten, Ersatzkosten und Qualitätspräferenzen optimale Ersatzstrategien für Energieverteilungsnetze ab.

Die Belastungs- und Preiswirkungen der Missbrauchsbesteuerung bei Anteilsveräußerung nach Sacheinlage in eine Kapitalgesellschaft sind Gegenstand der Arbeit von *Müller* und *Wiese*. Die analytischen Überlegungen der Autoren zeigen, dass die Missbrauchsvorschrift nicht zu rechtfertigen und unter Aspekten der Transparenz und Vereinfachung der Besteuerung sogar abzulehnen ist.

Muhle, Schoder und *Fischbach* untersuchen Wertschöpfungspotentiale und strategische Implikationen einer Öffnung von Informationsressourcen. Zur Strukturierung und zum besseren Verständnis der Problematik entwickeln die Autoren einen Bezugsrahmen, der Öffnungsphänomene nach unterschiedlichen Dimensionen differenziert.