

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 Einführung</b>                                                   | <b>1</b>  |
| 1.1 Relevanz der Thematik                                             | 1         |
| 1.2 Forschungsfragen                                                  | 5         |
| 1.3 Aufbau der Arbeit                                                 | 7         |
| <b>2 Konzeptionelle Grundlagen und Literaturüberblick</b>             | <b>11</b> |
| 2.1 Solutions                                                         | 11        |
| 2.1.1 Definition und begriffliche Abgrenzung                          | 11        |
| 2.1.2 Charakteristika smarter Solutions                               | 14        |
| 2.2 Preisbestimmung im B2B-Kontext                                    | 16        |
| 2.2.1 Besonderheiten                                                  | 16        |
| 2.2.2 Bezugsgrößen                                                    | 17        |
| 2.3 Theoretische Anknüpfungspunkte                                    | 18        |
| 2.3.1 Institutionentheorie                                            | 18        |
| 2.3.2 Prinzipal-Agent-Theorie                                         | 20        |
| 2.4 Stand der Forschung zur kundenseitigen Akzeptanz von Innovationen | 22        |
| 2.4.1 Literaturüberblick                                              | 22        |
| 2.4.2 Technologiebezogene Adoptionsfaktoren                           | 24        |
| 2.4.3 Organisationsbezogene Adoptionsfaktoren                         | 25        |
| 2.4.4 Umfeldbezogene Adoptionsfaktoren                                | 26        |
| 2.4.5 Zusammenfassende Bewertung der Literatur                        | 33        |
| 2.5 Stand der Forschung zur leistungsbasierten Preisbestimmung        | 33        |
| 2.5.1 Literaturüberblick                                              | 33        |
| 2.5.2 Vertragsgestaltung                                              | 34        |

|          |                                                                             |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5.3    | Vertragsmanagement .....                                                    | 38        |
| 2.5.4    | Zusammenfassende Bewertung der Literatur .....                              | 39        |
| <b>3</b> | <b>Kundenseitige Akzeptanz smarter Solutions .....</b>                      | <b>43</b> |
| 3.1      | Einführung .....                                                            | 43        |
| 3.2      | Konzeptionelle Grundlagen und Untersuchungsrahmen .....                     | 48        |
| 3.2.1    | Servitization und smarte Solutions .....                                    | 48        |
| 3.2.2    | Institutioneller Druck als Treiber der<br>Kundenakzeptanz .....             | 51        |
| 3.2.3    | Systemeigenschaften als Kontextfaktoren .....                               | 52        |
| 3.3      | Hypothesenentwicklung .....                                                 | 53        |
| 3.3.1    | Einfluss von institutionellem Druck auf die<br>Adoptionsabsicht .....       | 53        |
| 3.3.2    | Moderierende Rolle des relativen Vorteils und der<br>Art der Solution ..... | 58        |
| 3.4      | Methodik .....                                                              | 64        |
| 3.4.1    | Datenerhebung und Stichprobe .....                                          | 64        |
| 3.4.2    | Messung der Konstrukte .....                                                | 68        |
| 3.4.3    | Common-Method-Bias .....                                                    | 72        |
| 3.4.4    | Endogenität .....                                                           | 75        |
| 3.5      | Ergebnisse .....                                                            | 76        |
| 3.6      | Diskussion .....                                                            | 85        |
| 3.6.1    | Implikationen für die Forschung .....                                       | 85        |
| 3.6.2    | Implikationen für die Unternehmenspraxis .....                              | 88        |
| 3.6.3    | Limitationen und Forschungsausblick .....                                   | 89        |
| <b>4</b> | <b>Kundenseitige Akzeptanz leistungsbasierter Preisbestimmung .....</b>     | <b>91</b> |
| 4.1      | Einführung .....                                                            | 91        |
| 4.2      | Konzeptionelle Grundlagen .....                                             | 94        |
| 4.3      | Untersuchungsmodell und Hypothesenentwicklung .....                         | 100       |
| 4.4      | Methodik .....                                                              | 104       |
| 4.4.1    | Datenerhebung und Stichprobe .....                                          | 104       |
| 4.4.2    | Messung der Konstrukte .....                                                | 108       |
| 4.4.3    | Common-Method-Bias .....                                                    | 112       |
| 4.4.4    | Endogenität .....                                                           | 115       |
| 4.5      | Ergebnisse .....                                                            | 117       |
| 4.6      | Diskussion .....                                                            | 120       |
| 4.6.1    | Implikationen für die Forschung .....                                       | 121       |
| 4.6.2    | Implikationen für die Unternehmenspraxis .....                              | 123       |
| 4.6.3    | Limitationen und Forschungsausblick .....                                   | 124       |

|          |                                                        |     |
|----------|--------------------------------------------------------|-----|
| <b>5</b> | <b>Schlussbetrachtung</b>                              | 127 |
| 5.1      | Beantwortung der Forschungsfragen                      | 127 |
| 5.2      | Übergeordnete Implikationen für die Forschung          | 130 |
| 5.3      | Übergeordnete Implikationen für die Unternehmenspraxis | 132 |
| 5.4      | Ausblick                                               | 133 |
|          | <b>Literaturverzeichnis</b>                            | 135 |