

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Vorwort	III
Inhaltsverzeichnis	IV
Gliederung der Arbeit	V
Verzeichnis der Abbildungen, Tabellen, Übersichten und Anhänge	VIII
Abkürzungsverzeichnis	X
Thema: Kooperationsförderung kleiner und mittlerer Unternehmen	
Zur Ordnungs- und Zielkonformität der wirtschaftspolitischen Kooperationsförderung kleiner und mittlerer Unternehmen	
1. Einführung	1
2. Referenzsystem und Definition des Begriffs kleine und mittlere Unternehmen	4
3. Vor- und Nachteile kleiner und mittlerer Unternehmen gegenüber Großunternehmen	41
4. Kooperationsförderung als ein Instrument der Wirtschaftspolitik	82
5. Zielkonformität des wirtschaftspolitischen Instruments der Kooperationsförderung	147
6. Zur ordnungspolitischen Konformität der wirtschaftspolitischen Kooperationsförderung	167
7. Abschließende Betrachtung	184
Anhang	190
Literaturverzeichnis	238

GLIEDERUNG

Seite

1. Einführung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Vorgehensweise	2
2. Referenzsystem und Definition des Begriffs kleine und mittlere Unternehmen	4
2.1 Marktwirtschaftliche Ordnung und Wirtschaftspolitik	5
2.1.1 Vorbemerkungen	5
2.1.2 Marktwirtschaftliche Ordnungsprinzipien als Leitbild	7
✓ 2.1.3 Aufgaben und Möglichkeiten der Wirtschaftspolitik	10
2.1.3.1 Zum Konformitätserfordernis der Wirtschaftspolitik	10
2.1.3.2 Aufgaben und Möglichkeiten einer ordnungskonformen Wirtschaftspolitik	11
2.1.3.3 Zur Operationalisierung der Konformität wirtschaftspolitischer Maßnahmen	15
2.1.3.3.1 Das Euckenske Verständnis von Wettbewerb als Ableitungsbasis der Konformität	15
2.1.3.3.2 Individuelle Freiheit als Kriterium	18
2.1.3.3.3 Ungehindertes Marktzugang als Kriterium	21
2.2 KMU als Akteure in einer marktwirtschaftlichen Ordnung	24
2.2.1 Zur Definition von KMU	25
2.2.1.1 Qualitative Ansätze	25
2.2.1.2 Quantitative Ansätze	27
2.2.2 Zur Bedeutung und Funktion der KMU in einer marktwirtschaftlichen Ordnung	30
2.2.2.1 Formale Aspekte	31
2.2.2.1.1 KMU im Entscheidungs- und Motivationssystem	32
2.2.2.1.2 KMU im Kontroll- und Koordinationssystem	34
2.2.2.2 Materielle Aspekte	37
2.2.2.2.1 Zur Anpassungsfunktion von KMU	37
2.2.2.2.2 Zur Rolle von KMU im Neuerungsprozess	39
3. Vor- und Nachteile kleiner und mittlerer Unternehmen gegenüber Großunternehmen	41
3.1 Endogene Faktoren	42
3.1.1 Verhaltensspezifika als Grundproblem der KMU	42
3.1.2 Wirkungen der Unternehmensgröße im Marktprozess	48
3.1.2.1 Unternehmensgrößen im Parallelprozess	49
3.1.2.1.1 Unternehmensgröße und Ressourcenzugang	50
3.1.2.1.2 Unternehmensgröße und potentieller Wettbewerb	54

3.1.2.2 Unternehmensgrößen im Austauschprozeß	57
3.2 Exogene Faktoren	60
3.2.1 Folgen institutioneller Maßnahmen	60
3.2.2 Auswirkungen am Beispiel des EG-Binnenmarktes	63
3.2.2.1 Exkurs: Relevanter Wirtschaftsraum der Unternehmen	65
3.2.2.2 Konsequenzen für die Unternehmen	67
3.2.2.3 Unternehmensgrößenbezogene Betroffenheit	72
3.2.2.3.1 Unternehmensreaktionen	72
3.2.2.3.2 Ausblick	76
3.3 Resümee	79
4. Kooperationsförderung als ein Instrument der Wirtschaftspolitik	82
4.1 Kooperationen	82
4.1.1 Begriffsklärung der Kooperation	83
4.1.2 Zum Verhältnis der Kooperation zur strategischen Allianz, strategischen Partnerschaft, Koalition und Joint Venture	90
4.1.3 Erklärungsansätze kooperativen Verhaltens	91
4.1.3.1 Der transaktionskostentheoretische Ansatz	92
4.1.3.2 Strategische Ansätze	95
4.2 Kooperationsziele und Faktoren ihrer Umsetzung aus einzelwirtschaftlicher Sicht	97
4.2.1 Zum Zusammenhang von strategischer Planung und Kooperation	98
4.2.1.1 Begründung, Elemente und Aufgaben der strategischen Planung	99
4.2.1.2 Kooperation als Instrument der Strategieumsetzung	101
4.2.2 Ziele und Motive der Kooperation	106
4.2.3 Kooperationsmanagement als Einflußgröße des Kooperationserfolges	110
4.2.3.1 Aufgabenbezogene Strukturvariablen	114
4.2.3.2 Organisationsbezogene Strukturvariablen	115
4.3 Wirtschaftspolitische Kooperationsförderung kleiner und mittlerer Unternehmen	117
4.3.1 Rechtliche Erleichterungen für KMU	119
4.3.1.1 Deutsches Recht	121
4.3.1.1.1 §§ 5b und 5c GWB	123
4.3.1.1.2 Fusionskontrolle	125
4.3.1.2 EG-Recht	128
4.3.2 Instrumente der Kooperationsförderung	129
4.3.2.1 Business Cooperation Centre	131
4.3.2.2 Business Cooperation Network	133
4.4 Kooperation als Mittel zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen	134

4.4.1 Einführung in die Fallstudien	136
4.4.2 Ursachen der Kooperationsentstehung	138
4.4.3 Kritische Erfolgsfaktoren von Kooperationen	139
4.4.3.1 Ergebnisse der Fallstudien	139
4.4.3.2 Kriterien der Kooperationsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen	142
4.4.4 Exkurs: Zur Kooperationsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen	144
5. Zielkonformität des wirtschaftspolitischen Instruments der Kooperationsförderung	147
5.1 Ziele der Kooperationsförderung und deren Operationalisierung	147
5.1.1 Vorgehensweise bei der Zieloperationalisierung	148
5.1.2 Prüfung der Zielkonformität anhand empirischer Untersuchungen über das Kooperationsverhalten kleiner und mittlerer Unternehmen	151
5.1.2.1 Zur Zielgruppenadäquanz der Kooperationsförderung	153
5.1.2.1.1 Unternehmensgrößenspezifische Verhaltensmerkmale bei der Nutzung der Kooperation als strategisches Instrument	153
5.1.2.1.2 Unternehmensgrößenspezifische Nutzung der Kooperation	156
5.1.2.2 Zur Effizienz der institutionellen Kooperationsvermittlung	159
5.1.2.3 Sonstige praxisrelevante Aspekte der Kooperation	161
5.2 Zusammenfassende Bewertung zur Zielkonformität der Kooperationsförderung	164
6. Zur ordnungspolitischen Konformität der wirtschaftspolitischen Kooperationsförderung	167
6.1 Vorbemerkungen	167
6.2 Beurteilung der Wirkungen von Kooperationen anhand der Konformitätskriterien	170
6.2.1 Konsequenzen für die individuelle Freiheit	172
6.2.2 Konsequenzen für einen ungehinderten Marktzugang	176
6.2.2.1 Kooperationen allgemein	176
6.2.2.2 Kooperationen mittelständischer Unternehmen	178
6.3 Beurteilung der Kooperationsinstrumente anhand der Konformitätskriterien	180
6.3.1 Konsequenzen für die individuelle Freiheit	180
6.3.2 Konsequenzen für einen ungehinderten Marktzugang	181
6.4 Zusammenfassende Beurteilung	182
7. Abschließende Betrachtung	184

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN, TABELLEN, ÜBERSICHTEN UND ANHÄNGE

ABBILDUNGEN	SEITE
Abbildung 1: Zusammenhang zwischen Situation und Organisationsstruktur	96
Abbildung 2: Institutionelle Formen zur Koordination komplementärer Aktivitäten	105
Abbildung 3: Bestimmungsgrößen der Kooperation und des Kooperationsmanagements	111
Abbildung 4: Entstehung von Kooperationen	159
Abbildung 5: Organisationsform der Kooperation der Elektrogroßhändler	192
Abbildung 6: Organisationsform der Kooperation der Bürofachhändler	207
TABELLEN	
Tabelle 1: Informationsstand der Unternehmen	52
Tabelle 2: Exportquoten des Jahres 1987 der Unternehmen des Bergbaus und des Verarbeitenden Gewerbes nach Beschäftigungsgrößenklassen und Bundesländern im Vergleich zu Vorjahren	66
Tabelle 3: Fusionen, Akquisitionen und Joint Venture der 1000 größten europäischen Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe von 1985 bis 1990	74
Tabelle 4: Gründe für Fusionen, einschließlich Mehrheitsbeteiligungen und Joint Venture im Verarbeitenden Gewerbe	75
Tabelle 5: Kooperation als Wettbewerbsinstrument für den EG-Binnenmarkt I	154
Tabelle 6: Kooperation als Wettbewerbsinstrument für den EG-Binnenmarkt II	155
Tabelle 7: Unternehmensprofile	157
Tabelle 8: Organisationsform der Kooperationen	158
Tabelle 9: Kooperationsbereiche	161
Tabelle 10: Profil der am Euro-Dialog teilnehmenden Unternehmen	190
Tabelle 11: Einschaltungsgrad der Absatzmittler in der Bürowirtschaft in Prozent	208

ÜBERSICHTEN

Übersicht 1: Euckens Prinzipien der Wirtschaftspolitik	9
Übersicht 2: Unternehmensgrößenraster des IFM in Bonn	28
Übersicht 3: Unternehmensgrößenraster der EG	28
Übersicht 4: Prozentualer Anteil der Unternehmen und der Beschäftigten nach Größenklassen und Sektoren im EG-Durchschnitt und der BRD für das Jahr 1986	31
Übersicht 5: Unternehmensgrößenbedingte Vor- und Nachteile	43
Übersicht 6: EG-Betroffenheit der Unternehmen	78
Übersicht 7: Arten der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit	89
Übersicht 8: Grundmodell der strategischen Unternehmensplanung	99
Übersicht 9: Alternative Richtungen zur Entwicklung von Strategien	102
Übersicht 10: Strategieentwicklung	103
Übersicht 11: Auflistung strategischer Optionen	104
Übersicht 12: Strategischer Beitrag durch "Cooperative Ventures"	106
Übersicht 13: Motive für das Eingehen von Joint Venture	107
Übersicht 14: Determinanten der Aufgabenkomplexität einer Kooperation	112

ANHÄNGE

Anhang 1: Erläuterungen zu der Untersuchung "Euro-Dialog"	190
Anhang 2: Fallstudien	192
Anhang 2.1: Kooperation im Elektrogroßhandel	192
Anhang 2.2: Kooperation in der Bürowirtschaft	206
Anhang 2.3: Kooperation in der Automobilzulieferindustrie	221
Anhang 3: Maßnahmen, um auf dem Markt der EG präsent zu sein	236
Anhang 4: Kooperationsgründe in den Branchen des Verarbeitenden Gewerbes und des Handels	237
Anhang 5: Kooperationserfolg nach Unternehmenszielen	237