

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	1
II. „Sponsored Spin-offs“ in Japan: Empirische bestandsaufnahme.	4
1. Struktur und Entwicklung	5
2. „Sponsoring“-Instrumente der Arbeitgeber	9
III. Erklärungsansätze für Norenwake-Gründungen in Japan	13
1. Sponsored spin-offs als explizites Instrument der Unternehmenstrategie	14
(1) Personalpolitische Überlegungen und die Bedeutung des japanischen Arbeitsmarktes für sponsored spin-off.	15
(2) Produkt- und Innovationsstrategien, Marktentwicklung und sponsored spin-off.	16
2. Die Bedeutung der „Transaktionsatmosphäre“	20
(1) Keiretsu-Strukturen, Status und Sanktionen bei Gründungen in derselben Branche	21
(2) Philanthropische Inkubatoren und branchenfremde Gründungen	25
3. Rahmenbedingungen für Sponsored Spin-offs in Japan	28
(1) Mittelstandspolitik in Japan - keine gezielte Strategie zur Förderung der Sponsored Spin-off	28
(2) Sponsored Spin-off als Reaktion auf Defizite des japanischen Kapitalmarktes	31
IV. Anregungen für die deutsche Mittelstandspolitik ?	34
V. Literatur	39