

Schriftenreihe Rationalisierung und Humanisierung

Band 70

Stephan Killich

**Kooperationspotenziale in bestehenden Netzwerken
kleiner und mittelständischer Unternehmen
der Automobilzulieferindustrie**

D 82 (Diss. RWTH Aachen)

**Shaker Verlag
Aachen 2004**

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Ausgangssituation	1
1.2	Zielsetzung	3
1.3	Vorgehensweise	4
2	Zwischenbetriebliche Kooperation und Unternehmensnetzwerke	7
2.1	Unternehmenskooperation	7
2.1.1	Definition und Eingrenzung	7
2.1.2	Kooperationsformen	9
2.1.3	Voraussetzungen für Kooperation	11
2.2	Modelle der Kooperationsgestaltung	13
2.3	Theorien zur Kooperationsgestaltung	19
2.3.1	Wertkette	20
2.3.2	Funktionsorientierter Ansatz	23
2.3.3	Spieltheorie	23
2.3.4	Transaktionskostentheorie	32
2.3.5	Ressourcenanalyse	35
2.3.6	Principal-Agent Theorie	36
2.3.7	Property-Rights Theorie	40
2.4	Unternehmensnetzwerke	42
2.4.1	Definition	42
2.4.2	Eigenschaften	43
2.5	Kleine und mittelständische Unternehmen	47
3	Kooperationspotenziale	49
3.1	Definition des Kooperationspotenzialbegriffes	49
3.2	Phasenmodell der Identifikation von Kooperationspotenzialen	53

3.3	Anforderungen an die Potenzialidentifikation	55
3.3.1	Anforderungen aus den Theorien der Kooperationsgestaltung	55
3.3.2	Anforderungen aus dem Anwendungskontext	58
4	Netzwerkmetamodell	61
4.1	Formalismus zur Beschreibung von Unternehmenskooperationen	63
4.2	System potenzieller Kooperationsziele	65
4.2.1	Ziele zwischenbetrieblicher Kooperationen	66
4.2.2	Effizienzziele	70
4.2.3	Marktbezogene Wettbewerbsziele	70
4.3	Einbindung des Zielsystems in das Phasenmodell	74
4.4	Operationalisierung der Kooperationsziele	78
4.5	Eigenschaften axiomatisch deduktiver Beschreibungen	89
5	Netzwerkmodelle	93
5.1	Vorgehensweise zum Aufbau von Netzwerkmodellen	94
5.1.1	Identische Aufgaben von Unternehmen	94
5.1.2	Identischer Output von Unternehmen	96
5.1.3	Identische Ressourcen von Unternehmen	102
5.1.4	Identische Unternehmen (Kunde-Lieferant)	104
5.1.5	Unternehmensanalyse	104
5.2	Modell eines existierenden Netzwerkes	105
6	Evaluation der Kooperationspotenzialidentifikation	109
6.1	Eigene Untersuchung zur Durchführungsobjektivität	111
6.1.1	Testaufbau und -durchführung	111
6.1.2	Ergebnisse	112
6.1.3	Interpretation	114
6.2	Kooperationspotenzialbewertung	115
6.2.1	Unabhängige Variablen	115
6.2.2	Abhängige Variablen	117
6.2.3	Testaufbau und -durchführung	119
6.2.4	Ergebnisse	122
6.2.5	Interpretation der Ergebnisse	126
6.2.6	Gesamtbewertung	127
6.2.7	Praktische Relevanz	128

7 Zusammenfassung und Ausblick	129
A Hierarchisches Aufgabenschema	147
B Produktklassifikationsschema	151
C Nizza-Klassifikation	157
D Klassifikation zur Identifikation gleichen Outputs	159
E Klassifikation von Ressourcen	161
F Interviewleitfaden zur Datenerhebung	165
G Identifizierte Kooperationspotenziale	171
G.1 Identische Aufgaben \Rightarrow Know-how Austausch	172
G.1.1 Beschaffung	172
G.1.2 Vertrieb/Marketing	173
G.1.3 Produktion	176
G.1.4 Verwaltung	178
G.2 Identischer Output \Rightarrow Economies of Scale	179
G.2.1 Information	179
G.3 Identische Ressourcen \Rightarrow Economies of Scope	180
G.3.1 Physische Ressource	180
H Test zur Bestimmung der Übereinstimmung	181
I Fragebogen zur Potenzialbewertung	185