

## Inhaltsverzeichnis

A	Die Innovation in der Transaktionskostentheorie und im Ansatz der technologischen Verflechtung - theoretische Überlegungen .....	17
1	Einführung in die Problemstellung .....	17
1.1	Die Ausgangssituation .....	17
1.2	Zielsetzung der Arbeit .....	20
2	Der Transaktionskostenansatz .....	23
2.1	Darstellung des Transaktionskostenansatzes .....	24
2.1.1	Der Begriff der Transaktion und der Transaktionskosten .....	24
2.1.2	Zielsetzung des Transaktionskostenansatzes .....	25
2.1.3	Prämissen des Ansatzes .....	26
2.1.4	Die Vorteilhaftigkeit der Kontrahierungsmodi in Abhängigkeit von der Situation - theoretische Überlegungen und empirische Befunde .....	27
2.2	Kritische Würdigung des Ansatzes .....	35
2.2.1	Prämissenkritik .....	37
2.2.1.1	Kritik am Menschenbild des Transaktionskostenansatzes .....	37
2.2.1.2	Hierarchie - überlegenes Instrument zur Begrenzung des Opportunismus? .....	39
2.2.2	Kritik an der Sichtweise der einzelnen Kontrahierungsmodi .....	41
2.2.3	Kritik an den behaupteten Wirkungszusammenhängen .....	44
2.2.4	Würdigung der empirischen Befunde zum Transaktionskostenansatz .....	47
2.2.4.1	Stand der Operationalisierung der Variablen .....	47
2.2.4.2	Der Stand der empirischen Forschung .....	51
2.2.5	Innovationsmanagement und Transaktionskostenansatz .....	52
3	Die Geschäftsbeziehung .....	57
3.1	Begriffsabgrenzung und Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes .....	57
3.1.1	Beziehungen - eine langfristig angelegte Folge von Austauschvorgängen .....	58
3.1.2	Das Bindungskonzept .....	60
3.1.3	Technologieorientierte Außenbeziehungen .....	63
3.2	Existenz von Geschäftsbeziehungen .....	63
3.2.1	Implikationen für das Verständnis eines Akteurs und seiner Umwelt .....	64
3.2.1.1	Geschäftsbeziehungen sind möglich .....	65
3.2.1.2	Geschäftsbeziehungen sind sinnvoll .....	67
3.2.2	Die Geschäftsbeziehung in der Neoklassik und im Transaktionskostenansatz .....	71
3.3	Die Geschäftsbeziehung - ein eigenständiger Kontrahierungsmodus .....	72
4	Potentiale und Risiken von Geschäftsbeziehungen .....	75
4.1	Geschäftsbeziehungen zur Steigerung der Effizienz operativer Prozesse .....	75
4.1.1	Einsparung von Transaktions- und Produktionskosten .....	76
4.1.2	Reduktion von Unsicherheit .....	77
4.1.3	Bessere Kenntnis und damit bessere Nutzungsmöglichkeit externer Ressourcen .....	77
4.1.4	Stärkung der Macht .....	78

4.1.5	Vermittlungs- und Referenzfunktion .....	80
4.1.6	Informationsfunktion.....	81
4.2	Geschäftsbeziehungen zur Steigerung des Innovationserfolges .....	83
4.2.1	Die Lernfunktion.....	83
4.2.1.1	Die Informationsfunktion.....	83
4.2.1.2	Die Entwicklungsfunktion.....	84
4.2.2	Technologieorientierte Außenbeziehungen zur Steigerung des ökonomischen Innovationserfolges .....	86
4.2.2.1	Die Informationsfunktion.....	86
4.2.2.2	Die Diffusionsfunktion.....	87
4.3	Problemfelder in Geschäftsbeziehungen.....	88
4.3.1	Abhängigkeitsrisiken.....	88
4.3.2	Schnittstellenkosten .....	91
4.3.3	Verlust führender Kernkompetenz.....	92
4.3.4	Identifikations- und Motivationsprobleme.....	94
4.3.5	Allokationsprobleme .....	95
4.3.6	Unfreiheit bei der Partnerwahl .....	96
5	Der theoretische Bezugsrahmen der Untersuchung.....	99
6	Die Hypothesen der Untersuchung.....	103
6.1	Der Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Erfolg .....	103
6.1.1	Der Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Produktinnovationserfolg.....	104
6.1.2	Der Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Prozeßinnovationserfolg.....	114
6.1.3	Der Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Unternehmenserfolg ....	118
6.2	Die Vorteilhaftigkeit einer spezifischen Verflechtungsform in Abhängigkeit von der Wettbewerbsstrategie des Unternehmens.....	119
6.3	Externe Unterstützung des Netzwerkmanagements .....	121
<b>B</b>	<b>Innovation durch technologische Verflechtung: Empirie.....</b>	<b>125</b>
1	Die empirischen Studien .....	125
1.1	Hinweise zu methodischen Fragen .....	125
1.1.1	Auswahl der Zielgruppen.....	125
1.1.2	Das Erhebungsinstrument .....	125
1.1.3	Die Datenerhebung .....	127
1.1.4	Repräsentativität des Rücklaufes.....	128
1.1.5	Datencodierung .....	129
1.1.6	Die Auswertung der Daten.....	131
1.2	Die durchgeführten Studien .....	132
1.2.1	Quantitative Studien .....	133
1.2.2	Fallstudien zur Validierung der quantitativen Analysen.....	137
1.3	Operationalisierung der wesentlichen Konstrukte .....	139
1.3.1	Operationalisierung des Unternehmenserfolges.....	140

1.3.2	Operationalisierung des Innovationserfolges .....	142
1.3.2.1	Operationalisierung des Produktinnovationserfolges .....	142
1.3.2.2	Operationalisierung des Prozeßinnovationserfolges .....	145
1.3.3	Operationalisierung der technologischen Verflechtung .....	148
1.3.4	Operationalisierung der Kontextvariablen .....	158
1.3.4.1	Größe .....	158
1.3.4.2	Unternehmensumfeld .....	159
1.3.4.3	Alter .....	161
1.3.5	Wettbewerbsstrategie .....	162
2	Die Zusammenarbeit mit externen Partnern - ein geeignetes Instrument zur Erreichung von Innovationserfolg .....	175
2.1	Der Produktinnovationserfolg .....	176
2.1.1	Die Zusammenarbeit mit externen Partnern - ein geeignetes Instrument zur Erreichung von technologischem Produktinnovationserfolg .....	176
2.1.2	Die Zusammenarbeit mit externen Partnern - ein geeignetes Instrument zur Erreichung von ökonomischem Produktinnovationserfolg .....	185
2.2	Der Prozeßinnovationserfolg .....	190
2.2.1	Der Rationalisierungserfolg .....	191
2.2.2	Die wirtschaftliche Bedeutung des Prozeßinnovationserfolges .....	194
2.3	Der Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Innovationserfolg - ein empirischer Bezugsrahmen .....	196
2.4	Einflußgrößen des Unternehmenserfolges .....	197
2.4.1	Die indirekte Wirkung der technologischen Verflechtung über den Innovationserfolg auf den Unternehmenserfolg .....	197
2.4.2	Technologische Verflechtung und Wettbewerbsstrategie .....	199
2.4.2.1	Die Strategie als Bestimmungsgröße der technologischen Verflechtung .....	199
2.4.2.2	Die Bedeutung eines Fits von technologischer Verflechtung und Wettbewerbsstrategie für den Unternehmenserfolg .....	205
2.4.3	Science Parks und Seed Capitalists - Förderer der Verflechtung und des Wachstums von technologieorientierten Unternehmensgründungen .....	208
2.4.3.1	Der Einfluß von Science Parks und Seed Capitalists auf die technologische Verflechtung von technologieorientierten Unternehmensgründungen .....	208
2.4.3.2	Science Parks und Seed Capitalists: Wachstumspromotoren von technologieorientierten Unternehmensgründungen .....	210
3	Zusammenfassung und Ausblick .....	213
	Literaturverzeichnis .....	215
	Anhang : Empirische Studien zum Transaktionskostenansatz .....	245

## Tabellenverzeichnis

### Teil A

Tabelle 2-1:	Ergebnisse empirischer Arbeiten zur Überprüfung zentraler Hypothesen des Transaktionskostenansatzes .....	33
--------------	---	----

### Teil B

Tabelle 1-1:	Die quantitativen Studien .....	133
Tabelle 1-2:	Die qualitativen Studien .....	138
Tabelle 1-3:	Unternehmenserfolgsmaße .....	141
Tabelle 1-4:	Produktinnovationsintensität .....	143
Tabelle 1-5:	Anteil des Umsatzes mit neuen Produkten .....	145
Tabelle 1-6:	Ausmaß der Prozeßinnovation für die High-Tech-Studien .....	146
Tabelle 1-7:	Ausmaß der Prozeßinnovation für die Schweden-Studie .....	146
Tabelle 1-8:	Faktorladungsmatrix der Faktorenanalyse "Rationalisierungserfolg" .....	147
Tabelle 1-9:	Ergebnisse der Faktorenanalyse "wirtschaftliche Bedeutung der Prozeßinnovation" .....	148
Tabelle 1-10:	Faktorladungsmatrix der explorativen Faktorenanalyse zu den Dimensionen der technologischen Verflechtung (Bodensee-Studie) .....	150
Tabelle 1-11:	Faktorladungsmatrix der unifaktoriellen Faktorenanalysen zu den Dimensionen der technologischen Verflechtung .....	153
Tabelle 1-12:	Operationalisierung der Verflechtungsdimensionen .....	154
Tabelle 1-13:	Faktorladungsmatrix der explorativen Faktorenanalyse zu den Dimensionen der technologischen Verflechtung (High-Tech-Studien) .....	155
Tabelle 1-14:	Faktorladungsmatrix unifaktorieller Faktorenanalysen zu den Dimensionen der technologischen Verflechtung (High-Tech-Studien) .....	156
Tabelle 1-15:	Anzahl Mitarbeiter in den einzelnen Studien .....	159
Tabelle 1-16:	Jahresumsätze in den einzelnen Studien .....	159
Tabelle 1-17:	Unternehmensalter in den einzelnen Studien .....	161
Tabelle 1-18:	Faktorladungsmatrix der explorativen Faktorenanalyse zu den Dimensionen der Strategie (Bodensee-Studie) .....	164
Tabelle 1-19:	Ergebnis der explorativen Faktorenanalyse auf der Basis der High-Tech-Daten .....	165
Tabelle 1-20:	Empirische Strategietypen (Bodensee-Studie) .....	167
Tabelle 1-21:	Empirische Strategietypen (High-Tech-Studien) .....	170
Tabelle 2-1:	Befunde zum Einfluß der technologischen Verflechtung auf den technologischen Produktinnovationserfolg (Bodensee-Studie) .....	178
Tabelle 2-2:	Befunde zum Einfluß der technologischen Verflechtung auf den technologischen Produktinnovationserfolg (High-Tech-Studien) .....	180
Tabelle 2-3:	Befunde zum Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Zielerreichungsgrad von Produktweiterentwicklungen .....	187
Tabelle 2-4:	Befunde zum Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Zielerreichungsgrad von Produktneuentwicklungen für bekannte und neue Kunden .....	188

Tabelle 2-5:	Einfluß der technologischen Verflechtung auf den Rationalisierungserfolg.	191
Tabelle 2-6:	Einflußgrößen der wirtschaftlichen Bedeutung des Prozeßinnovationserfolges .....	194
Tabelle 2-7:	Indikatoren der Verflechtung für den Strategietyp "Kundenorientierter Entwickler" .....	203
Tabelle 2-8:	Befunde zum Einfluß von Science Parks und Seed Capitalists auf die Verflechtung von TOU .....	209
Tabelle 2-9:	Befund zum Einfluß der technologischen Verflechtung auf den ökonomischen Produktinnovationserfolg von TOU .....	210
Tabelle 2-10:	Befunde zum Einfluß von Science Parks, Seed Capitalists und des öko- nomischen Produktinnovationserfolges auf das Wachstum von TOU.....	210

## Abbildungsverzeichnis

### Teil A

Abbildung 2-1: Effiziente Kontrahierungsmodi .....	30
Abbildung 2-2: Ein transaktionskostentheoretischer Bezugsrahmen zur Erklärung der Vorteilhaftigkeit hierarchischer Koordination .....	32
Abbildung 3-1: Dauerhaftigkeit von Handelsbeziehungen .....	59
Abbildung 3-2: Bezugsrahmen zur Erklärung von Geschäftsbeziehungen .....	65
Abbildung 4-1: Netzwerke .....	94
Abbildung 5-1: Die Erfolgswirksamkeit technologischer Verflechtung .....	99
Abbildung 5-2: Die situative Bedingtheit der Erfolgswirksamkeit technologischer Verflechtung .....	100
Abbildung 5-3: Möglichkeiten der Förderung der technologischen Verflechtung von Unternehmen bzw. ihrer Erfolgswirksamkeit durch Drittparteien .....	101
Abbildung 6-1: Leistungsbeiträge externer Partner .....	103
Abbildung 6-2: Übersicht der Hypothesen zum Einfluß der technologischen Verflechtung ..	119

### Teil B

Abbildung 1-1: Bedeutung anderer Unternehmen .....	157
Abbildung 1-2: Bedeutung von Anbietern innovationsorientierter Dienstleistungen .....	157
Abbildung 1-3: Bedeutung ausgewählter Aktivitäten (Bodensee-Studie) .....	158
Abbildung 1-4: Dendrogramm der Strategieclusterbildung (Bodensee-Studie) .....	172
Abbildung 1-5: Dendrogramm der Strategieclusterbildung (High-Tech-Studien) .....	173
Abbildung 2-1: Bezugsrahmen zum Einfluß der technologischen Verflechtung .....	197
Abbildung 2-2: Bezugsrahmen zum Einfluß des Innovationserfolges auf den Unternehmenserfolg .....	199
Abbildung 2-3: Die technologische Verflechtung von Technologieführern und kundenspezifischen Entwicklern .....	200
Abbildung 2-4: Die technologische Verflechtung von konservativen Spezialisierern und Verzetteln .....	201
Abbildung 2-5: Die technologische Verflechtung von Kostenführern .....	202
Abbildung 2-6: Interaktionseffekte von Strategietyp mit Zusammenarbeit mit Hochschulen .....	206
Abbildung 2-7: Interaktionseffekte von Strategietyp mit Zusammenarbeit mit Lieferanten .....	207