

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	VII
Vorwort	IX
Abkürzungsverzeichnis	XVII
Abbildungsverzeichnis	XIX
A. Einführung	1
1. Problemstellung und Zielsetzung	1
2. Gang der Untersuchung	5
B. Begriffliche Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes	7
1. Terminologische Abgrenzung Strategischer Partnerschaften	7
1.1 Weiterentwicklung des Kooperationsbegriffs	8
1.2 Partnerschaftsfähigkeit	13
2. Terminologische Abgrenzung mittelständischer Unternehmen	17
2.1 Quantitative Abgrenzung des Mittelstandsbegriffs	19
2.2 Qualitative Abgrenzung des Mittelstandsbegriffs	21
2.3 Kombination von quantitativen und qualitativen Kriterien	24
3. Theoretische Bezugsrahmen zur Betrachtung Strategischer Partnerschaften	25
3.1 Theorie des Strategischen Managements	26
3.2 Transaktionskostenansatz	29
3.3 'Theorie einer Kooperation' auf Basis der Anreiz-Beitrags-Theorie	31
4. State of the Art	37
4.1 Forschungsstand im Bereich der Kooperation	37
4.2 Forschungsstand im Bereich der Strategischen Partnerschaft	43

C. Strategische Partnerschaften im Mittelstand - Entwicklung eines Gestaltungskonzepts	47
1. Strategische Partnerschaft als Gegenstand der Unternehmensentwicklung	47
1.1 Strategisches Management als Plattform für den Einsatz Strategischer Partnerschaften	48
1.2 Entwicklung eines Gestaltungskonzepts Strategischer Partnerschaften	51
1.3 Dekomposition der Wachstumspolitik mittels Strategischer Partnerschaften	52
1.3.1 Formulierung der Wachstumsrichtung	55
1.3.2 Formulierung der Wachstumsform	57
1.3.3 Formulierung des Wachstumsweges	60
2. Strategische Partnerschaft als Wachstumsvehikel mittelständischer Unternehmen	62
2.1 Alternative Ansätze zur Unternehmensentwicklung	63
2.1.1 Interne Wachstumswege	66
2.1.2 Externe Wachstumswege	69
2.1.3 Strategische Partnerschaft zwischen internem und externem Wachstum	74
2.2 Bewertung alternativer Wachstumswege aus transaktionstheoretischer Perspektive	76
2.2.1 Transaktionskosten Strategischer Partnerschaften	78
2.2.2 Identifizierung geeigneter Wachstumswege	80
2.3 Grenzen der Wachstumsfähigkeit als Bestimmungsfaktor für die Wahl des geeigneten Wachstumsweges	83
2.3.1 Einfluß kritischer Wachstumsschwellen auf die Wachstumsfähigkeit	83
2.3.2 Einfluß von Marktbarrieren auf die Wachstumsfähigkeit	87
2.3.3 Einfluß von Unternehmensbarrieren auf die Wachstumsfähigkeit	91
3. Konfiguration Strategischer Partnerschaften in mittelständischen Unternehmen	96
3.1 Bedeutung der Synergie im Konzept der Strategischen Partnerschaften	97

3.2	Synergetische Wirkungen Strategischer Partnerschaften	102
3.2.1	Materielle Verflechtungspotentiale	103
3.2.2	Immaterielle Verflechtungspotentiale	116
3.2.3	Vertikale Verflechtungspotentiale	123
3.2.4	Einfluß Strategischer Partnerschaften auf die Rentabilität der Unternehmen	129
3.3	Erscheinungsformen Strategischer Partnerschaften	131
3.3.1	Bindungsintensität Strategischer Partnerschaften	132
3.3.2	Ausrichtung Strategischer Partnerschaften	134
3.3.3	Optionen Strategischer Partnerschaften	136
3.4	Risiken Strategischer Partnerschaften für mittelständische Unternehmen	144
4.	Implementierung Strategischer Partnerschaften in mittelständischen Unternehmen	149
4.1	Identifizierung geeigneter Partner	150
4.1.1	Unternehmensspezifisches Leistungsprofil	151
4.1.2	Leistungsprofil der Partner	153
4.2	Erfolgsfaktoren des Implementierungsprozesses	156
4.2.1	Errichtung eines strategischen Fits	157
4.2.2	Errichtung eines operativen Fits	163
4.3	Realisierung von Verflechtungspotentialen - Management Strategischer Partnerschaften	173
4.3.1	Initiale Verhandlungsphase	174
4.3.2	Koordinations- und Integrationsphase	177
4.3.3	Anpassungsphase	183

D. Empirische Untersuchung Strategischer Partnerschaften am Beispiel der Industrie der flexiblen Verpackung - Vergleichende Fallstudienanalyse	188
1. Forschungsdesign der Untersuchung	189
1.1 Auswahl der methodischen Vorgehensweise	190
1.2 Datenerhebung	192
1.3 Forschungsleitende Hypothesen	194
1.4 Datenauswertung	195
1.5 Testkriterien des Forschungsdesigns	196
2. Abgrenzung der empirischen Untersuchungseinheit	199
2.1 Analyse des Makro-Umfeldes	204
2.2 Analyse des Mikro-Umfeldes	205
3. Fallstudienbeschreibung in der Industrie der flexiblen Verpackung	208
3.1 Fallstudienbeschreibung des Unternehmens A	208
3.1.1 Unternehmensprofil	208
3.1.2 Entwicklungsstand Strategischer Partnerschaften	209
3.1.3 Implementierungsfaktoren der realisierten Partnerschaften	210
3.2 Fallstudienbeschreibung des Unternehmens B	211
3.2.1 Unternehmensprofil	211
3.2.2 Entwicklungsstand Strategischer Partnerschaften	212
3.2.3 Implementierungsfaktoren der realisierten Partnerschaften	213
3.3 Fallstudienbeschreibung des Unternehmens C	215
3.3.1 Unternehmensprofil	215
3.3.2 Entwicklungsstand Strategischer Partnerschaften	215
3.3.3 Implementierungsfaktoren der realisierten Partnerschaften	217

3.4	Fallstudienbeschreibung des Unternehmens D	218
3.4.1	Unternehmensprofil	218
3.4.2	Entwicklungsstand Strategischer Partnerschaften	218
3.4.3	Implementierungsfaktoren der realisierten Partnerschaften	220
3.5	Fallstudienbeschreibung des Unternehmens E	221
3.5.1	Unternehmensprofil	221
3.5.2	Entwicklungsstand Strategischer Partnerschaften	221
3.5.3	Implementierungsfaktoren der realisierten Partnerschaften	222
3.6	Fallstudienbeschreibung des Unternehmens F	224
3.6.1	Unternehmensprofil	224
3.6.2	Entwicklungsstand Strategischer Partnerschaften	224
3.6.3	Implementierungsfaktoren der realisierten Partnerschaften	226
4.	Interpretative Darstellung der Ergebnisse der vergleichenden Untersuchung	228
4.1	Entscheidungskriterien für Strategische Partnerschaften	228
4.2	Konfiguration Strategischer Partnerschaften	240
4.3	Implementierungsfaktoren und Management Strategischer Partnerschaften	243
4.4	Zusammenfassung der Ergebnisse	249
5.	Handlungsansätze für mittelständische Unternehmen	252
5.1	Entwicklung eines Analyserahmens zur Beurteilung Strategischer Partnerschaften in mittelständischen Unternehmen	252
5.1.1	Einsatz Strategischer Partnerschaften in Abhängigkeit der Höhe des Handlungsbedarfs	252
5.1.2	Einsatz Strategischer Partnerschaften aus transaktionskostenspezifischer Betrachtung ('Make or buy'-Entscheidung)	255
5.2	Verflechtungsansätze unter Berücksichtigung synergetischer Wirkungen	260
5.2.1	Strategische Partnerschaften in Abhängigkeit von Bindungsintensität und Handlungsdruck	260
5.2.2	Verflechtungsansätze entlang der Wertschöpfungskette	264

5.3	Handlungsansätze zur Realisierung synergetischer Wirkungen	279
5.3.1	Verhandlung	280
5.3.2	Koordination	286
5.3.3	Anpassung	292
E.	Schlußbetrachtung: Zusammenfassung und Ausblick	297
	Literaturverzeichnis	311