

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Vorwort	I
Inhaltsverzeichnis	III
Verzeichnis der Abkürzungen	VII
Verzeichnis der Tabellen	IX
Verzeichnis der Abbildungen	XI
1. STRATEGISCHES ANLIEGEN DER EG-BINNENMARKT- REALISIERUNG	1
1.1 Begründung der Problemrelevanz	1
1.2 Konzeption der Problembearbeitung	7
1.3 Empirische Vorgehensweise	9
2. EG-BINNENMARKT ALS AUSLOESER STRATEGISCHER ANPASSUNGSAKTIVITAETEN VON UNTERNEHMEN	15
2.1 Fit-Ansatz als theoretischer Bezugsrahmen	15
2.1.1 Fit-Ansatz in der Theorie des Strategischen Managements	15
2.1.2 Unternehmensumwelt und Strategie im Kontext der Unter- suchung	17
2.2 Grundlagen des EG-Binnenmarktpjektes	20
2.2.1 Beseitigung nicht-tarifärer Handelshemmnisse als Aus- gangspunkt der EG-Binnenmarktverwirklichung	20
2.2.1.1 Beseitigung der Grenzkontrollen	23
2.2.1.2 Harmonisierung und gegenseitige Anerkennung technischer Normen und Vorschriften	24
2.2.1.3 Liberalisierung des öffentlichen Auftragswesens	31
2.2.1.4 Neue Mehrwertsteuer-Regelung im innergemein- schaftlichen Warenverkehr	34

2.2.2	Statische und dynamische Integrationseffekte aus der Be-	36
	seitigung der nicht-tarifären Handelshemmnisse.....	
2.2.2.1	Kosteneinsparungen im innergemeinschaftlichen	37
	Handel.....	
2.2.2.2	Verringerung der Produktionskosten.....	38
2.2.2.3	Erzielung von Größenvorteilen.....	39
2.2.2.4	Wettbewerbseffekte.....	40
2.2.3	Flankierende Gemeinschaftspolitiken zur Unterstützung des	43
	Integrationsprozesses	
2.2.3.1	EG-Mittelstandspolitik	43
2.2.3.2	EG-Wettbewerbspolitik.....	45
2.2.3.3	EG-Forschungs- und Technologiepolitik	46
2.3	EG-Binnenmarkt-Betroffenheit der (west-)deutschen Maschinen-	49
	bauindustrie.....	
2.3.1	Kennzeichen der Maschinenbauindustrie	49
2.3.2	EG-Binnenmarkt-Betroffenheit	51
3.	BEGRIFFLICHE ABGRENZUNG DER EURO-KOOPERATION	63
3.1	Zwischenbetriebliche Kooperation	65
3.1.1	Markt-Kooperation-Hierarchie.....	65
3.1.2	Konkurrenz-Kooperation-Konzentration	70
3.2	Kennzeichen einer Euro-Kooperation	74
3.2.1	Internationalität.....	74
3.2.2	Kooperationspartner mit Sitz innerhalb der EG	80
3.3	„Transborder business activity“ versus Euro-Kooperation	81
4.	EURO-KOOPERATION ALS BINNENMARKTSTRATEGIE ...	85
4.1	Theoretische Analyse der in der wirtschaftswissenschaftlichen	
	Diskussion vorfindbaren Thesen hinsichtlich der Entwicklung	
	des Euro-Kooperationsniveaus.....	86
4.1.1	Steigerungs- und Rückgangsthese.....	86
4.1.1.1	Steigerungsthese der EG-Kommission.....	86
4.1.1.2	Rückgangsthese von Kay.....	90
4.1.2	Prämissen und deren kritische Würdigung.....	94

4.1.2.1	Bestimmbarkeit des Start- und Endpunktes der Verwirklichung des EG-Binnenmarktes.....	96
4.1.2.2	Unendliche hohe Anpassungsgeschwindigkeit der Unternehmen an den EG-Binnenmarkt	98
4.1.2.3	Binnenmarktinduzierte Veränderung des Euro-Kooperationsniveaus	99
4.2	Empirische Überprüfung der Steigerungsthese der EG-Kommis- sion am Beispiel der (west-)deutschen Maschinenbauindustrie	100
4.2.1	Euro-Kooperationen als Anpassungsstrategie an den EG- Binnenmarkt in den Jahren 1989-1994	101
4.2.2	Maßnahmen des EG-Binnenmarktprojektes und deren Einfluß auf die Euro-Kooperationsentscheidung	105
4.2.2.1	Europäische Wirtschaftliche Interessenvereinigung	110
4.2.2.2	EG-Partnervermittlungsdienste	113
4.2.2.3	EG-Wettbewerbsrecht	118
4.2.2.4	„New Strategy“ und Euro-Kooperationen	121
4.2.3	Kontraktbasierende Euro-Kooperationsformen	124
4.2.3.1	Vor- und Nachteile im Hinblick auf veränderte wettbewerbliche Rahmenbedingungen im EG- Binnenmarkt	125
4.2.3.1.1	Auftragsfertigung	125
4.2.3.1.2	Koproduktion	129
4.2.3.1.3	Lizenzierung	132
4.2.3.1.4	Management- und technischer Beratungs- vertrag	141
4.2.3.1.5	Schlüsselfertige Anlage	143
4.2.3.1.6	Joint Venture	144
4.2.3.2	Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der nach kontraktbasierenden Euro-Kooperationsfor- men differenzierten Kooperationsentscheidung	150
4.2.4	Betriebliche Ansatzpunkte für Euro-Kooperationen	153
4.2.4.1	Vor- und Nachteile im Hinblick auf veränderte wettbewerbliche Rahmenbedingungen im EG- Binnenmarkt	155
4.2.4.1.1	Forschungs- und Entwicklungskooperation ...	155

4.2.4.1.2 Einkaufskooperation	163
4.2.4.1.3 Produktionskooperation	164
4.2.4.1.4 Vertriebskooperation	166
4.2.4.1.5 Normungskooperation	169
4.2.4.1.6 Bietergemeinschaft	170
4.2.4.2 Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der nach betrieblichen Ansatzpunkten für Euro-Koopera- tionen differenzierten Kooperationsentscheidung	173
4.3 Unternehmensmerkmale und Kooperationstätigkeit im Hinblick auf die Verwirklichung des EG-Binnenmarktes	178
4.3.1 Stellung im Wertschöpfungsprozeß	180
4.3.2 Grad der Verbundenheit mit dem EG-Ausland	185
4.3.3 Unternehmensgröße	189
4.3.4 Strategische Grundhaltung	197
4.4 Handlungsempfehlungen für die wirtschaftliche Integrationspo- litik der EG-Kommission und für das Strategische Management europäischer Unternehmen	203
5. STRATEGISCHE ALLIANZ: „EINE KOOPERATION UNTER SPEZIFISCHEN VORZEICHEN“	211
Fragebogen	219
Literaturverzeichnis	231

VERZEICHNIS DER TABELLEN

	Seite
Tab. 1: Unternehmensgrößenklassengliederung im (west-)deutschen Maschinenbau. Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. Vergleich zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe ...	12
Tab. 2: Die fünf größten Chancen aus der Verwirklichung des EG-Binnenmarktes.....	58
Tab. 3: Die fünf größten Gefahren aus der Verwirklichung des EG-Binnenmarktes.....	58
Tab. 4: Quantitative Entwicklung grenzüberschreitender Kooperationen	75
Tab. 5: Zusammenfassende Darstellung der kritischen Analyse der unterschiedlichen Thesen und die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die eigene Untersuchungskonzeption.	94
Tab. 6: Sektorale Auswirkungen des Europäischen Binnenmarktes.	107
Tab. 7: Stellung im Wertschöpfungsprozeß und EG-Binnenmarkt-Betroffenheit [Angaben in %].	181
Tab. 8: Stellung im Wertschöpfungsprozeß und Kooperationstätigkeit [Angaben in %].	183
Tab. 9: Grad der Verbundenheit mit dem EG-Ausland und EG-Binnenmarkt-Betroffenheit [Angaben in %]).....	185

Tab. 10:	Grad der Verbundenheit mit dem EG-Ausland und Euro-Kooperationstätigkeit [Angaben in %].....	187
Tab. 11:	Unternehmensgröße und EG-Binnenmarkt-Betroffenheit [Angaben in %].....	193
Tab. 12:	Unternehmensgröße und Kooperationstätigkeit [Angaben in %].....	195
Tab. 13:	Strategische Grundhaltung (SG) und EG-Binnenmarkt-Betroffenheit [Angaben in %]	200
Tab. 14:	Strategische Grundhaltung und Kooperationstätigkeit [Angaben in %].....	201

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN

	Seite
Abb. 1: Mikroökonomische Auswirkungen der EG-Marktintegration. Schematische Darstellung	42
Abb. 2: Direkte EG-Binnenmarkt-Betroffenheit der (west-)deutschen Maschinenbauindustrie (Teil I).....	53
Abb. 3: Bedeutung der „Liberalisierung des öffentlichen Auftrags- wesens“ differenziert nach der Abnehmerstruktur	55
Abb. 4 Auswirkungen des EG-Binnenmarktes auf die Unternehmen....	56
Abb. 5: EG-Binnenmarkt-Betroffenheit der (west-)deutschen Ma- schinenbauindustrie (Teil II)	60
Abb. 6: Schematische Darstellung der bisherigen Ausführungen.....	62
Abb. 7: Intensität des Auslandsengagements in Abhängigkeit von Kapital- und Managementleistung im Stamm- und im Gast- land.....	79
Abb. 8: Untersuchungskonzeption der Kommission der Europä- ischen Gemeinschaft zur Entwicklung der TBA.	88
Abb. 9: Die Euro-Kooperationsfunktion (Steigerungsthese).....	95
Abb. 10: Zeitliche Entwicklung der Verwirklichung des EG-Binnen- marktes.	97
Abb. 11: Einfluß der Verwirklichung des EG-Binnenmarktes hinsicht- lich der Euro-Kooperationsentscheidung.....	103

Abb. 12:	Systematisierung der Lizenz nach Lizenzgegenstand, Verwertungsart und Stellung des Lizenznehmers	136
Abb. 13:	Relative Häufigkeitsverteilung der Euro-Kooperationsformen..	151
Abb. 14:	Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der nach kontraktbasierenden Kooperationsformen differenzierten Euro-Kooperationsentscheidung	152
Abb. 15:	Relative Häufigkeitsverteilung der nach betrieblichen Ansatzpunkten für Kooperationen differenzierten Euro-Kooperationen	174
Abb. 16:	Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der nach betrieblichen Ansatzpunkten für Euro-Kooperationen differenzierten Euro-Kooperationsentscheidung	175
Abb. 17:	Stellung im Wertschöpfungsprozeß und Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der Euro-Kooperationsentscheidung.....	184
Abb. 18:	Grad der Verbundenheit mit dem EG-Ausland und Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der Euro-Kooperationsentscheidung.....	188
Abb. 19:	Zusammenhang zwischen der Unternehmensgröße und der Zustimmungshäufigkeit zur Aussage: „Allein die intensive Diskussion in der Öffentlichkeit über Chancen und Risiken der Verwirklichung des EG-Binnenmarktes verleiht dem EG-Raum ein höheres Gewicht bei betrieblichen Entscheidungsprozessen“	191
Abb. 20:	Unternehmensgröße und Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der Euro-Kooperationsentscheidung.....	197

Abb. 21: Strategische Grundhaltung und Bedeutung des EG-Binnenmarktes hinsichtlich der Euro-Kooperationsentscheidung.....	202
Abb. 22: Strategie-Matrix des internationalen Unternehmens	207
Abb. 23: Wachstum Strategischer Partnerschaften.	216