

INHALTSVERZEICHNIS

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	XI
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
1 Einführung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2 Gang der Untersuchung.....	8
2 Mittelständische Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Internationalisierungsdruck und Ressourcenknappheit.....	11
2.1 Mittelständische Unternehmen und Umfeldodynamik	11
2.2 Begriff, Charakteristika und Merkmale von mittel- ständischen Unternehmen.....	15
2.2.1 Vorbemerkung.....	15
2.2.2 Quantitative Unternehmensmerkmale.....	16
2.2.3 Qualitative Unternehmensmerkmale.....	18
2.2.4 Zwischenergebnis	22
3 Internationalisierung mittelständischer Unternehmen durch Strategische Allianzen	25
3.1 Begriffsbestimmung und Merkmale	25
3.2 Strategische Allianzen im Kontext von Internationali- sierungsformen und Transaktionsformen.....	31
3.2.1 Überblick.....	31
3.2.2 <u>Strategische Allianzen im Kontext von Markteintritts- strategien</u>	33
3.2.3 <u>Strategische Allianzen als Transaktionsform zwischen Markt und Hierarchie</u>	35
3.2.4 <u>Arten und Ziele Strategischer Allianzen</u>	37

3.2.5	Grundformen Strategischer Allianzen.....	41
3.2.5.1	Überblick.....	41
3.2.5.2	Lizenzen.....	42
3.2.5.3	Managementverträge.....	45
3.2.5.4	Systemlieferungsverträge.....	46
3.2.5.5	Franchising.....	47
3.2.5.6	Joint Ventures.....	49
3.2.6	Richtungen Strategischer Allianzen.....	54
3.2.7	Aktivitätsfelder Strategischer Allianzen.....	57
3.2.7.1	Vorbemerkung.....	57
3.2.7.2	Beschaffung.....	59
3.2.7.3	Forschung und Entwicklung.....	60
3.2.7.4	Produktion.....	61
3.2.7.5	Absatz und Vertrieb.....	62
3.3	Zusammenfassung: Erfolgspotentiale und Erfolgsbarrieren Strategischer Allianzen mittelständischer Unternehmen.....	63
4	Theoretischer Bezugsrahmen.....	67
4.1	Vorgehensweise bei der Entwicklung des theoretischen Bezugsrahmens.....	67
4.2	Zur Auswahl der relevanten Theoriebereiche.....	70
4.2.1	Überblick.....	70
4.2.2	Ökonomische Erklärungsansätze.....	72
4.2.2.1	Transaktionskostentheorie.....	72
4.2.2.2	Principal-Agent-Ansatz.....	75
4.2.2.3	Spieltheoretische Ansätze.....	78
4.2.2.4	Industrieökonomische Ansätze.....	81
4.2.2.5	Standorttheoretische Ansätze.....	90
4.2.3	Organisationstheoretische und interorganisationstheoretische Ansätze.....	95
4.2.3.1	Resource-Dependence-Ansatz.....	95
4.2.3.2	Kontingenztheoretische Ansätze.....	96
4.2.3.3	Netzwerkorientierte Ansätze.....	100

4.2.4	Zwischenergebnis	102
4.3	Transaktionskostentheorie	105
4.3.1	Einordnung in die „Theorien der Unternehmung“	105
4.3.2	Grundlagen der Coase'schen Unternehmenstheorie.....	107
4.3.3	Die Aufhebung der Markt-Unternehmung-Dichotomie.....	110
4.3.4	Die Berücksichtigung von Bestimmungsfaktoren der Transaktionskosten.....	112
4.3.4.1	Überblick.....	112
4.3.4.2	Die Bedeutung der Güterkategorie.....	114
4.3.4.3	Humanfaktoren	117
4.3.4.3.1	Beschränkte Rationalität	117
4.3.4.3.2	Opportunismus.....	118
4.3.4.4	Umfeldfaktoren.....	119
4.3.4.4.1	Unsicherheit.....	119
4.3.4.4.2	Anzahl der Partner	122
4.3.4.5	Technologische Faktoren.....	123
4.3.4.5.1	Spezifität.....	123
4.3.4.5.2	Plastizität	126
4.3.4.5.3	Häufigkeit von Transaktionen	127
4.3.4.5.4	Intensität von Transaktionen	128
4.3.4.5.5	Infrastruktur	128
4.3.4.6	Bewertungs- und Beurteilungsrisiken	129
4.3.5	Der Ansatz von Buckley und Casson.....	132
4.3.5.1	Grundzüge	132
4.3.5.2	Aussagefähigkeit	135
4.4	Standorttheoretische Ansätze.....	136
4.5	Der Fit-Ansatz.....	141
4.6	Zusammenfassende Beurteilung	145

5	Entwicklung eines Modells zur Erklärung Internationaler Strategischer Allianzen mittelständischer Unternehmen.....	147
5.1	Anforderungen an ein Erklärungsmodell	147
5.2	Dunnings eklektisches Paradigma als Ausgangspunkt der Konzeption.....	150
5.2.1	Grundkonzeption und Modellelemente	150
5.2.2	Der Bezug zu industrieökonomischen Ansätzen	154
5.2.3	Der Bezug zur Internalisierungs- bzw. Transaktionskostentheorie	159
5.2.4	Der Bezug zur Standorttheorie.....	161
5.2.5	Aussagefähigkeit	161
5.3	Modellkonzeption zur Analyse internationaler Strategischer Allianzen mittelständischer Unternehmen	165
5.3.1	Grundüberlegungen	165
5.3.2	Modellelemente	167
5.3.3	Aussagefähigkeit	174
5.4	Ableitung von Untersuchungshypothesen.....	174
6	Empirische Analyse Internationaler Strategischer Allianzen mittelständischer Unternehmen.....	185
6.1	Methodische Vorgehensweise	185
6.1.1	Untersuchungsdesign.....	185
6.1.2	Aufbau und Ablauf der empirischen Untersuchung	186
6.2	Deskriptive Analyse	189
6.2.1	Unternehmensdemographie	189
6.2.2	Außenhandel und klassische Direktinvestitionen.....	194
6.2.2.1	Vorbemerkung.....	194
6.2.2.2	Außenhandelsaktivitäten.....	195
6.2.2.3	Klassische Direktinvestitionen.....	199

6.2.3	Internationale Strategische Allianzen.....	202
6.2.3.1	Allianzmotive und Allianzfelder	202
6.2.3.2	Struktur der Partnerbeziehungen	210
6.2.3.3	Oganisationale und vertragliche Aspekte	216
6.2.3.3.1	Überblick	216
6.2.3.3.2	Analyse nach Vertragsbeziehungen.....	218
6.2.3.4	Spektrum der Allianzbeziehungen	219
6.2.4	Zur Auswahl von Allianzpartnern.....	222
6.2.4.1	Partnersuche und Partnerfindung	222
6.2.4.2	Die Auswahl von Allianzpartnern.....	224
6.2.4.2.1	Überblick	224
6.2.4.2.2	Strukturelle und demographische Partnermerkmale	225
6.2.4.2.3	Die Rolle von Fits	228
6.2.4.2.4	Problemfelder der Allianzanbahnung	233
6.2.5	Allianzmanagement.....	236
6.2.6	Wirkungen Internationaler Strategischer Allianzen.....	239
6.2.6.1	Überblick.....	239
6.2.6.2	Zielerreichung in den Aktivitätsfeldern.....	240
6.2.6.3	Allianzenerfolg.....	242
6.3	Überprüfung der Untersuchungshypothesen	247
7	Schlußbetrachtung und Verwendungszusammenhang	281
7.1	Zusammenfassung und Bewertung der Ergebnisse	281
7.2	Folgerungen	282
7.2.1	Empfehlungen zur Ausgestaltung Internationaler Strategischer Allianzen mittelständischer Unternehmen	282
7.2.2	Implikationen für die Allianzforschung und die Mittelstandsforschung.....	284
	Literaturverzeichnis	XXI

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN UND TABELLEN

Abb. 1-1: Untersuchungsaufbau.....	9
Abb. 2-1: Quantitative Ansätze zur Abgrenzung von KMU.....	16
Abb. 3-1: Gestaltungsumfang zwischenbetrieblicher Kooperation.....	26
Abb. 3-2: Strategische Allianzen im Kontext von Unternehmenszusammenschlüssen.....	30
Abb. 3-3: Strategische Allianzen als Transaktionsform und als Inter- nationalisierungsstrategie.....	32
Abb. 3-4: Ausgewählte Internationalisierungsgrade in Abhängigkeit von Kapital- und Managementleistungen im Stammland und im Gastland	34
Abb. 3-5: Transaktionsformtypenband.....	35
Abb. 3-6: Unternehmensaktivitäten in der Wertkette.....	58
Abb. 4-1: Komponenten der Neuen Institutionenökonomik.....	73
Abb. 4-2: Handlungsorientiertes kontingenztheoretisches Grundmodell.....	97
Abb. 4-3: Bestimmungsfaktoren wirtschaftlicher Kooperation nach Richardson.....	111
Abb. 4-4: Beziehungsstruktur der Einflußfaktoren von Transaktionskosten.....	131
Abb. 5-1: Bedingungskonstellationen der Eklektischen Theorie.....	152
Abb. 5-2: Erklärungsmodell Internationaler Strategischer Allian- zen mittelständischer Unternehmen.....	173
Abb. 5-3: Einordnung der Untersuchungshypothesen in den Erklä- rungszusammenhang.....	184
Abb. 6-1: Anteile der Wirtschaftszweige in der Stichprobe in Pro- zent	189
Abb. 6-2: Anteile der Unternehmensgrößen nach Mitarbeitern und nach Umsatz in der Stichprobe in Prozent.....	190

Abb. 6-3: Anteile der Rechtsformen in der Stichprobe.....	192
Abb. 6-4: Exportquotengrößenklassen in Prozent.....	196
Abb. 6-5: Erfahrungen im Außenhandel.....	197
Abb. 6-6: Anzahl klassischer Direktinvestitionen.....	200
Abb. 6-7: Bedeutung von Direktinvestitionsmotiven.....	201
Abb. 6-8: Bedeutung der Allianz motive	204
Abb. 6-9: Bedeutung einzelner Allianzfelder.....	205
Abb. 6-10: Investitionen deutscher mittelständischer Unternehmen in Internationalen Strategischen Allianzen.....	209
Abb. 6-11: Dauer der Bekanntschaft vor der Allianzbeziehung in Jahren	212
Abb. 6-12: Herkunftsländer der Allianzpartner.....	214
Abb. 6-13: Konkurrenzbeziehungen in Internationalen Strategi- schen Allianzen mittelständischer Unternehmen.....	214
Abb. 6-14: Größe der ausländischen Partnerunternehmen nach Um- satz und Mitarbeiterzahl.....	215
Abb. 6-15: Vertragliche Regelungen Internationaler Strategischer Allianzen	217
Abb. 6-16: Umfang sonstiger Kooperationsbeziehungen mit auslän- dischen Unternehmen.....	220
Abb. 6-17: Bedeutung einzelner Informationsquellen für die Anbah- nung Internationaler Strategischer Allianzen mittelständischer Unternehmen.....	222
Abb. 6-18: Maßgebliche Form der Allianzpartnerfindung.....	223
Abb. 6-19: Entscheidungskriterien bei der Partnerwahl.....	225
Abb. 6-20: Bedeutung von Fits in Internationalen Strategischen Allian- zen mittelständischer Unternehmen.....	229
Abb. 6-21: Ausmaß von Fits in Internationalen Strategischen Alli- anzen mittelständischer Unternehmen.....	231

Abb. 6-22: Problemfelder in der Allianzanbahnung.....	235
Abb. 6-23: Management und Managementprobleme Internationaler Strategischer Allianzen mittelständischer Unternehmen.....	237
Abb. 6-24: Ausmaß der Abstimmungsprobleme in der Allianzbeziehung, differenziert nach vertraglichen Regelungen.....	238
Abb. 6-25: Übersicht über die Zielerreichungsgrade.....	239
Abb. 6-26: Quantitative und qualitative Ergebniszufriedenheit.....	243
Abb. 6-27: Bedeutung von Fits in lizenzbasierten Internationalen Strategischen Allianzen.....	256
Abb. 6-28: Bedeutung von Fits in systemvertragsbasierten Internationalen Strategischen Allianzen.....	257
Abb. 6-29: Bedeutung von Fits in Equity Joint Ventures mittelständischer Unternehmen.....	259
Abb. 6-30: Bedeutung von Fits in Vertriebsverbindungsverträgen (Contractual Joint Ventures).....	259
Abb. 6-31: Bedeutung von Fits in Produktionsverträgen (Contractual Joint Ventures).....	260
Abb. 6-32: Bedeutung von Fits in vertragsfreien Internationalen Strategischen Allianzen mittelständischer Unternehmen.....	261
Abb. 6-33: Statements zu zukünftigen Allianzaktivitäten.....	265
Tab.6 -1: Zusammenhang von Umsatzgrößenklassen und Beschäftigtengrößenklassen.....	192
Tab. 6-2: Umsatzgrößenklassen und F&E-Ausgaben mittelständischer Unternehmen.....	193
Tab. 6-3: Branchenzugehörigkeit und F&E-Ausgaben.....	194
Tab. 6-4: Bedeutung der Allianzfelder nach Branchen.....	206
Tab. 6-5: Faktorladungsmatrix der Allianzfelder.....	207
Tab. 6-6: Allianzspezifische Investitionen nach Umsatzgrößenklassen.....	210

Tab. 6-7: Zusammenhang zwischen Partnerbekanntheit und Organisationsform der Allianz.....	211
Tab. 6-8: Unternehmensgröße der deutschen und ausländischen Allianzpartner.....	216
Tab. 6-9: Bedeutung der Allianzfelder in Abhängigkeit von der Organisationsform.....	219
Tab. 6-10: Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße nach Umsatz und Umfang kooperativer Auslandsaktivitäten.....	221
Tab. 6-11: Faktorladungsmatrix der strukturellen und demographischen Partnermerkmale.....	227
Tab. 6-12: Faktorladungsmatrix der Bedeutungsanalyse von Fits.....	233
Tab. 6-13: Korrelationen zwischen der Bedeutung von Allianzziele und dem Zielerreichungsgrad.....	241
Tab. 6-14: Ergebnisse der Clusteranalyse über Allianzfelder.....	244
Tab. 6-15: Diskriminanzanalytische Überprüfung der Clusteranalyse.....	245
Tab. 6-16: Zweifaktorielle Varianzanalyse zur Überprüfung des Einflusses der Unternehmensgröße auf das Motiv des Ressourcenzugangs.....	248
Tab. 6-17: Intensität der Zusammenarbeit in Abhängigkeit von der Ausprägung des Vertrauens in den Allianzpartner.....	250
Tab. 6-18: Bedeutung von standortbedingten Wettbewerbsvorteilen ausländischer Partnerunternehmen in Abhängigkeit der Allianzfelder.....	253
Tab. 6-19: Ergebnisse des T-Tests zur Überprüfung der Bedeutung von Fits bei unterschiedlichen Allianzschwerpunkten.....	263
Tab. 6-20: Varianzanalytische Überprüfung des Zusammenhangs von zukünftigen Allianzbereitschaften und quantitativer Allianzaufriedenheit.....	266
Tab. 6-21: Varianzanalytische Überprüfung des Zusammenhangs von zukünftigen Allianzbereitschaften und qualitativer Allianzaufriedenheit.....	267

Tab. 6-22: Varianzanalytische Überprüfung des Zusammenhangs von zukünftigen Allianzbereitschaften und quantitativer Allianz-zufriedenheit bei vertriebsorientierten Allianzen.....	268
Tab. 6-23: Varianzanalytische Überprüfung des Zusammenhangs von zukünftigen Allianzbereitschaften und qualitativer Allianz-zufriedenheit bei vertriebsorientierten Allianzen.....	269
Tab. 6-24: Varianzanalytische Überprüfung des Zusammenhangs von zukünftigen Allianzbereitschaften und quantitativer Allianz-zufriedenheit bei produktionsorientierten Allianzen.....	270
Tab. 6-25: Varianzanalytische Überprüfung des Zusammenhangs von zukünftigen Allianzbereitschaften und qualitativer Allianz-zufriedenheit bei produktionsorientierten Allianzen.....	271
Tab. 6-26: Allianz Zufriedenheit in Abhängigkeit von der Vertrauensausprägung	274
Tab. 6-27: Varianzanalytische Überprüfung der quantitativen Erfolgsrelevanz von Fits	279
Tab. 6-28: Varianzanalytische Überprüfung der qualitativen Erfolgsrelevanz von Fits	278