

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1.	Problemstellung	1
1.2.	Zielsetzung der Arbeit	4
1.3.	Aufbau der Arbeit	5
1.4.	Abgrenzung der Arbeit	8
2	Konzeptionelle Grundlagen zur Analyse automobiler Wertschöpfungsnetzwerke.....	11
2.1	Theoretische Grundlagen	12
2.1.1	Automobilspezifische Definitionen	12
2.1.2	Wertschöpfung.....	15
2.1.3	Market-based View.....	17
2.1.4	Resource-based View	22
2.1.5	Resource Dependence Theory	31
2.1.6	Zusammenfassung	33
2.2	Automobile Wertschöpfungsstrukturen und internationale Standortentscheidungen in der historischen Entwicklung.....	34
2.2.1	Handwerkliche Wertschöpfungsstrukturen und internationale Standortentscheidungen in den Anfängen der Automobilindustrie (ca. 1885 – 1915).....	35
2.2.2	Wertschöpfungsstrukturen und internationale Standortentscheidungen während der ersten Phase der automobilen Massenproduktion (ca. 1915 – ca. 1950).....	36
2.2.3	Wertschöpfungsstrukturen und internationale Standortentscheidungen während der zweiten Phase der automobilen Massenproduktion (ca. 1950 – ca. 1990).....	39
2.2.4	Aktuelle Wertschöpfungs-Netzwerkstrukturen und internationale Standortentscheidungen (seit ca. 1990)	46
2.3	Veränderungsprozesse in der Automobilindustrie	52
2.3.1	Fundamentale Einflussdeterminanten automobiler Wertschöpfungs- prozesse	53
2.3.2	Auswirkungen fundamentaler Einflussdeterminanten auf automobiler Wertschöpfungsprozesse	59
2.3.3	Handlungsprämissen für automobiler Wertschöpfungsnetzwerke	67

3	Interorganisationale Wertschöpfungsnetzwerke.....	71
3.1	Netzwerktheorie als Ausgangsbasis interorganisationaler Wertschöpfung.....	71
3.1.1	Netzwerktheoretische Grundlagen.....	72
3.1.2	Partialnetze.....	74
3.1.3	Anwendung der Netzwerktheorie auf interorganisationale Unternehmensnetzwerke.....	77
3.2	Aspekte von Unternehmensnetzwerken	79
3.2.1	Unternehmensnetzwerke als dritte Koordinationsform neben Markt und Hierarchie.....	80
3.2.1.1	Markt.....	80
3.2.1.2	Hierarchie.....	81
3.2.1.3	Unternehmensnetzwerke – ein trichotomes Erklärungsmodell	84
3.2.2	Interorganisationale Kooperation	88
3.2.2.1	Marktorientierte Kooperationen	93
3.2.2.2	Traditionelle Kooperationen.....	94
3.2.2.3	Partnerschaftliche Kooperationen.....	95
3.2.2.4	Kooperation als Parameter interorganisationaler Wertschöpfungsnetzwerke.....	96
3.2.3	Charakterisierung und Typologisierung von Unternehmensnetzwerken	97
3.2.3.1	Chancen von Unternehmensnetzwerken.....	103
3.2.3.2	Risiken von Unternehmensnetzwerken	106
3.2.4	Automobilrelevante Formen von Unternehmensnetzwerken	111
3.2.4.1	Strategische Netzwerke.....	112
3.2.4.2	Strategische Allianzen	120
3.2.4.3	Wertschöpfungspartnerschaften	129
3.3	Macht und Vertrauen als Parameter interorganisationaler Wertschöpfung.....	132
3.3.1	Macht	133
3.3.2	Vertrauen	141
3.3.3	Macht und Vertrauen als komplementäre Steuerungsmechanismen in interorganisationalen Wertschöpfungsnetzwerken.....	149
3.4	Theoretische Ansätze zur Erklärung von Zusammenarbeit in interorganisationalen Wertschöpfungsnetzwerken.....	151
3.4.1	Spieltheorie	153
3.4.2	Property-Rights-Theorie	159
3.4.3	Principal-Agent-Theorie	162
3.4.4	Transaktionskostentheorie	168
3.4.4.1	Parameter der Transaktionskostenanalyse.....	169

3.4.4.2	Interdependenzen der Transaktionsparameter	174
3.4.4.3	Erkenntnisse der Transaktionskostenanalyse	179
3.4.4.4	Anwendung der transaktionskostentheoretischen Erkenntnisse auf automobile Wertschöpfungsnetzwerke.....	181
3.4.4.5	Besondere Bedeutung der Faktorspezifität in der Automobilindustrie	185
3.4.4.6	Berücksichtigung von Macht und Vertrauen im automobilen transaktionskostentheoretisch basierten Kontext.....	187
3.4.4.7	Kritische Reflexion der Transaktionskostentheorie vor einem automobilspezifischen Untersuchungshintergrund.....	190
4	Automobile Wertschöpfungsnetzwerke.....	193
4.1	Struktureller Aufbau automobiler Wertschöpfungsnetzwerke	194
4.2	Funktionsweise automobiler Wertschöpfungsnetzwerke	198
4.3	Abhängigkeiten, Macht und Vertrauen in automobilen Wertschöpfungsbeziehungen	206
4.3.1	Interdependente Abhängigkeiten im automobilen Wertschöpfungs- verbund	207
4.3.2	Macht und Vertrauen in automobilen Wertschöpfungsbeziehungen – empirische Ergebnisse	216
4.3.3	Integration von Wertschöpfung, Macht und Vertrauen.....	220
4.4	Interorganisationale Wertschöpfungssteuerung: Fallbeispiel Toyota	223
4.5	Leitlinien als Basis für eine multivariable Handlungskonzeption zur Optimierung eines automobilen Wertschöpfungsnetzwerkes	229
5	Internationale Standortentscheidungen	237
5.1	Theoretische Erklärungsansätze zu ausländischen Direktinvestitionen	239
5.1.1	Makroökonomische Erklärungsansätze	239
5.1.2	Mikroökonomische Erklärungsansätze.....	240
5.1.3	Institutionenökonomische Ansätze	241
5.1.4	Verhaltensorientierte Ansätze.....	242
5.2	Deskription der Standortentscheidungstheorien	245
5.2.1	Standortbestimmungslehre	248
5.2.1.1	Reine (exakte) Standortbestimmungslehre	249
5.2.1.2	Geometrische Standortbestimmungslehre	252
5.2.1.3	Empirisch-realistische Standortbestimmungslehre.....	254
5.2.2	Standortplanungslehre	259
5.3	Ansätze einer internationalen Standortlehre.....	261
5.3.1	Die Ansätze von Sabathil und Tesch.....	261

5.3.2	Internationale Standortentscheidungen aus netzwerktheoretischer Perspektive.....	264
5.3.3	Neuere Ansätze internationaler Standortentscheidungen	267
5.3.3.1	Der Ansatz von Meyer: Optimierung globaler Produktionsnetzwerke	267
5.3.3.2	Der Ansatz des Verbundprojektes BESTAND.....	271
5.4	Der Standortentscheidungsprozess	281
5.4.1	Standortbewertungsverfahren im Überblick.....	285
5.4.2	Der Standortentscheidungsprozess vor dem Hintergrund verhaltenswissenschaftlicher Aspekte	288
5.5	Entscheidungsrelevante Standortfaktoren	290
5.5.1	Marktfaktoren	291
5.5.2	Faktorkosten – Arbeit, Kapital, Material.....	292
5.5.3	Produktivität beeinflussende Standortfaktoren.....	299
5.5.4	Logistikkosten.....	304
5.5.5	Externe Faktoren.....	305
5.6	Internationale Standortentscheidungen in der Automobilindustrie.....	310
5.6.1	Automobile Standortentscheidungen deutscher Unternehmen in Mexiko und in den USA.....	313
5.6.2	Automobile Standortentscheidungen in China	320
5.6.3	Automobile Standortentscheidungen in Mittel-/Osteuropa.....	325
5.7	Zusammenfassende Erkenntnisse und Schlussfolgerungen zur Optimierung des interorganisationalen Standortentscheidungsprozesses	328
6	Internationale Standortentscheidungen in interorganisationalen automobilen Wertschöpfungsnetzwerken – ein theoretisches Erklärungsmodell	333
6.1	Formale Darstellung der Ausgangslage für das Erklärungsmodell.....	335
6.2	Erklärungsmodell für einen interorganisationalen Standortentscheidungsprozess	339
6.3	Erweiterung des Erklärungsmodells um verhaltenswissenschaftliche Aspekte	359
7	Zusammenfassung und Ausblick.....	363
8	Anhang.....	369
9	Literaturverzeichnis	377