

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	XV
Verzeichnis der Übersichten.....	XXV
Verzeichnis der Tabellen.....	XXIX
Verzeichnis der Abkürzungen.....	XXXV
Verzeichnis der Symbole.....	XXXIX
1. Einführung.....	1
1.1. Untersuchungsgegenstand	1
1.2. Problemstellung und Zielsetzung der Untersuchung	2
1.3. Wissenschaftstheoretische Einordnung der Untersuchung.....	7
1.4. Aufbau der Untersuchung	10
2. Begrifflich-konzeptionelle Grundlagen.....	13
2.1. Unternehmensnetzwerke.....	13
2.1.1. Überblick	13
2.1.2. Franchise-Systeme.....	18
2.1.2.1. Definition und konstitutive Systemmerkmale	18
2.1.2.2. Systematisierung.....	22
2.1.2.3. Entwicklungsprozesse und heutige Marktbedeutung	24
2.1.3. Verbundgruppen	26
2.1.3.1. Definition	26
2.1.3.2. Aufgabenspektrum	28
2.1.3.3. Entwicklungsprozesse und heutige Marktbedeutung	30
2.1.4. Franchise-Systeme und Verbundgruppen im Vergleich.....	33
2.1.4.1. Überblick.....	33
2.1.4.2. Systembezogene Merkmale	34
2.1.4.3. Vertragsbezogene Merkmale	35
2.1.4.4. Statusbezogene Merkmale.....	35
2.1.4.5. Marketingbezogene Merkmale	36
2.1.4.6. Funktionale Merkmale	37
2.1.4.7. Konvergenz der Kooperationssysteme	37
2.2. Koordination	39
2.2.1. Überblick	39
2.2.2. Der Koordinationsbegriff.....	39

2.2.3. Strategien zum Umgang mit dem Koordinationsbedarf.....	41
2.2.4. Koordinationsformen.....	43
2.2.5. Abgrenzung zu verwandten Begriffen.....	45
2.2.6. Koordinationsinstrumente	47
2.2.6.1. Definition	47
2.2.6.2. Systematisierungsansätze	47
2.2.6.3. Entwicklungsprozesse bzgl. des Einsatzes von Koordinationsinstrumenten	51
2.3. Netzwerkkoordination.....	52
3. Wissenschaftliche Theorien und Ansätze und konzeptioneller Bezugsrahmen ...	55
3.1. Überblick.....	55
3.2. Theorien und Ansätze als Bezugsrahmen der Netzwerkanalyse	60
3.2.1. Systemtheorie.....	60
3.2.1.1. Theoretische Grundlagen	60
3.2.1.2. Implikationen der Systemtheorie für die Analyse von Netzwerken ...	62
3.2.1.3. Kritische Würdigung	64
3.2.2. Situativer Ansatz	65
3.2.2.1. Theoretische Grundlagen	65
3.2.2.2. Kritische Würdigung	67
3.2.3. Konfigurationsansatz.....	69
3.2.3.1. Theoretische Grundlagen	69
3.2.3.2. Kritische Würdigung	71
3.3. Theorien und Ansätze zur Erläuterung der Netzwerkkoordination	73
3.3.1. Transaktionskostentheorie.....	73
3.3.1.1. Theoretische Grundlagen	73
3.3.1.2. Implikationen der Transaktionskostentheorie für die Netzwerkkoordination	75
3.3.1.3. Kritische Würdigung	77
3.3.2. Principal-Agent-Theorie.....	79
3.3.2.1. Theoretische Grundlagen	79
3.3.2.2. Implikationen der Principal-Agent-Theorie für die Netzwerkkoordination	82
3.3.2.3. Kritische Würdigung	85

3.3.3. Ressourcenabhängigkeitstheorie	86
3.3.3.1. Theoretische Grundlagen	86
3.3.3.2. Implikationen der Ressourcenabhängigkeitstheorie für die Netzwerkkoordination	89
3.3.3.3. Kritische Würdigung	91
3.3.4. Informationsverarbeitungsansatz	92
3.3.4.1. Theoretische Grundlagen	92
3.3.4.2. Implikationen des Informationsverarbeitungsansatzes für die Netzwerkkoordination	96
3.3.4.3. Kritische Würdigung	98
3.4. Entwicklung eines konzeptionellen Bezugsrahmens	99
4. Konzeptualisierung und Operationalisierung von Konstrukten	103
4.1. Überblick	103
4.2. Netzwerkkoordination	103
4.2.1. Identifikation relevanter Konstrukte	103
4.2.2. Technokratische Koordinationsinstrumente	106
4.2.2.1. Entscheidungscentralisation	106
4.2.2.2. Formalisierung/Standardisierung	109
4.2.2.3. Planung	112
4.2.2.4. Kontrolle (Ergebnis- und Verhaltenskontrolle)	114
4.2.2.5. Anreizsysteme	117
4.2.2.6. Vertragsdurchsetzung	120
4.2.3. Personenorientierte Koordinationsinstrumente	121
4.2.3.1. Partizipation	121
4.2.3.2. Sozialisation	124
4.2.3.3. Inputkontrolle	128
4.3. Antezedenzen der Netzwerkkoordination	129
4.3.1. Kontext	129
4.3.1.1. Übersicht	128
4.3.1.2. Externer Kontext	133
4.3.1.2.1. Umweltkomplexität	133
4.3.1.2.2. Wettbewerbsintensität	135
4.3.1.2.3. Marktdynamik	136
4.3.1.3. Interner Kontext	138
4.3.1.3.1. Institutionalisierungsform	138

4.3.1.3.2. Netzwerkgröße.....	138
4.3.1.3.3. Branche	139
4.3.1.3.4. Kontrollvariablen	140
4.3.2. Wettbewerbsstrategien	141
4.3.2.1. Der Strategiebegriff in der betriebswirtschaftlichen Forschung	141
4.3.2.2. Definition von Wettbewerbsstrategien	143
4.3.2.3. Typologisierung von Wettbewerbsstrategien	143
4.3.2.4. Preis-/Kostenführerschaft	149
4.3.2.5. Leistungsdifferenzierung.....	150
4.3.2.6. Markierungsstrategie	151
4.3.2.7. Servicestrategie.....	153
4.4. Konsequenzen der Netzwerkkoordination	155
4.4.1. Netzwerkerfolg.....	155
4.4.1.1. Überblick.....	155
4.4.1.2. Erfolgsfaktorenforschung.....	155
4.4.1.3. Effektivität vs. Effizienz.....	157
4.4.1.4. Ansätze zur Erfolgsmessung	158
4.4.1.5. Datenstruktur und Datenquellen der Erfolgsmessung.....	159
4.4.1.6. Bezugspunkte der Erfolgsmessung	160
4.4.1.7. Ebenen der Erfolgsbetrachtung	161
4.4.1.8. Dimensionen des Netzwerkerfolgs	162
4.4.2. Beziehungsqualität	166
4.4.2.1. Überblick.....	166
4.4.2.2. IMP-Interaktionsansatz als theoretischer Bezugspunkt	167
4.4.2.3. Definitorische Abgrenzung	168
4.4.2.4. Merkmale der Beziehungsqualität	168
4.4.2.5. Dimensionen der Beziehungsqualität	170
4.4.2.6. Vertrauen.....	172
4.4.2.7. Zufriedenheit.....	174
4.4.2.8. Commitment	176
4.4.3. Marktorientierung	178

4.4.3.1. Überblick.....	178
4.4.3.2. Gewinnung von Marktinformationen („intelligence generation“)...	181
4.4.3.3. Verbreitung von Marktinformationen („intelligence dissemination“)	182
4.4.3.4. Reagibilität auf Marktinformationen („responsiveness“)	183
4.4.3.5. Einsatz von IuK-Systemen	184
4.5. Darstellung des konzeptionellen Bezugsrahmens in der Detailversion.....	188
5. Identifikation von Wirkungsbeziehungen	189
5.1. Antezedenzen der Netzwerkkoordination	189
5.1.1. Einfluss des internen Kontexts auf die Netzwerkkoordination.....	189
5.1.1.1. Institutionalisierungsform.....	189
5.1.1.2. Netzwerkgröße.....	190
5.1.1.3. Branche	191
5.1.2. Einfluss des externen Kontexts auf die Netzwerkkoordination	191
5.1.2.1. Wettbewerbsintensität	191
5.1.2.2. Marktdynamik.....	192
5.1.2.3. Umweltkomplexität	194
5.1.3. Einfluss der Wettbewerbsstrategie auf die Netzwerkkoordination....	195
5.1.3.1. Grundlagen zur Strategie-Struktur-Beziehung	195
5.1.3.2. Preis-/Kostenführerschaft	197
5.1.3.3. Leistungsdifferenzierung.....	198
5.1.3.4. Markierungsstrategie	199
5.1.3.5. Servicestrategie.....	200
5.1.4. Einfluss der Kontextfaktoren auf die Wettbewerbsstrategie	201
5.1.4.1. Interner Kontext.....	201
5.1.4.2. Externer Kontext.....	202
5.2. Konsequenzen der Netzwerkkoordination	203
5.2.1. Überblick.....	203
5.2.2. Wirkungen der Netzwerkkoordination auf die Beziehungsqualität und die Marktorientierung	203
5.2.2.1. Technokratische Koordinationsinstrumente	203
5.2.2.1.1. Entscheidungscentralisation	203
5.2.2.1.2. Formalisierung/Standardisierung	206
5.2.2.1.3. Planung.....	209
5.2.2.1.4. Anreizsysteme.....	210

5.2.2.1.5. Vertragsdurchsetzung	211
5.2.2.2. Personenorientierte Koordinationsinstrumente	212
5.2.2.2.1. Partizipation	212
5.2.2.2.2. Sozialisation	214
5.2.2.2.3. Inputkontrolle.....	215
5.2.3. Wirkungen der Beziehungsqualität und der Marktorientierung auf den Netzwerkerfolg.....	217
5.2.3.1. Wirkungen der Beziehungsqualität auf den Netzwerkerfolg.....	217
5.2.3.2. Wirkungen der Marktorientierung auf den Netzwerkerfolg	219
5.3. Zusammenfassende Darstellung des Hypothesen- bzw. Thesensystems	222
6. Empirische Grundlagen	225
6.1. Untersuchungsdesign	225
6.1.1. Ablauf der Datenerhebung.....	225
6.1.2. Methodik der Datenerhebung	228
6.1.3. Behandlung fehlender Werte.....	229
6.2. Datengrundlage	230
6.2.1. Beschreibung der Stichproben	230
6.2.1.1. Stichprobe der Netzwerkzentralen	230
6.2.1.2. Stichprobe der Netzwerkpartner	234
6.2.2. Non-Response-Bias.....	235
6.3. Methodische Grundlagen	236
6.3.1. Grundlagen zur Analyse von Strukturgleichungsmodellen	236
6.3.2. Grundlagen zur Beurteilung der Anpassungsgüte von Messmodellen.....	239
6.4. Vorgehensweise bei der Evaluierung von Messmodellen	241
6.4.1. Vorgehensweise bei der Evaluierung reflektiver Messmodelle.....	241
6.4.1.1. Analyseverfahren der ersten und zweiten Generation.....	241
6.4.1.2. Untersuchungsstufen	242
6.4.1.3. Kriterien zur Beurteilung der Anpassungsgüte reflektiver Messmodelle	244
6.4.2. Vorgehensweise bei der Evaluierung formativer Messmodelle	249
6.4.2.1. Untersuchungsstufen	249
6.4.2.2. Kriterien zur Beurteilung der Anpassungsgüte formativer Messmodelle	250

6.5. Evaluierung der Anpassungsgüte der Messmodelle.....	253
6.5.1. Externer Kontext.....	253
6.5.1.1. Evaluierung reflektiver Messmodelle.....	253
6.5.1.2. Evaluierung formativer Messmodelle.....	256
6.5.2. Wettbewerbsstrategie	258
6.5.2.1. Evaluierung reflektiver Messmodelle.....	258
6.5.2.2. Evaluierung formativer Messmodelle.....	260
6.5.3. Technokratische Koordination.....	261
6.5.3.1. Evaluierung reflektiver Messmodelle.....	261
6.5.3.2. Evaluierung formativer Messmodelle.....	265
6.5.4. Personenorientierte Koordination	267
6.5.4.1. Evaluierung reflektiver Messmodelle.....	267
6.5.4.2. Evaluierung formativer Messmodelle.....	269
6.5.5. Beziehungsqualität	270
6.5.5.1. Betrachtung der Konstrukte erster Ordnung.....	270
6.5.5.1.1. Evaluierung reflektiver Messmodelle	270
6.5.5.1.2. Evaluierung formativer Messmodelle.....	272
6.5.5.2. Betrachtung des Konstrukts zweiter Ordnung.....	274
6.5.5.3. Externe Validierung der Beziehungsqualität anhand der Befragung der Netzwerkpartner.....	275
6.5.6. Marktorientierung	276
6.5.6.1. Betrachtung der Konstrukte erster Ordnung.....	276
6.5.6.1.1. Evaluierung reflektiver Messmodelle	276
6.5.6.1.2. Evaluierung formativer Messmodelle.....	278
6.5.6.2. Betrachtung des Konstrukts zweiter Ordnung.....	280
6.5.6.3. Evaluierung des Moderators „Einsatz von IuK-Systemen“.....	282
6.5.7. Netzwerkerfolg.....	284
6.5.7.1. Übersicht.....	284
6.5.7.2. Betrachtung der Konstrukte erster Ordnung.....	284
6.5.7.3. Betrachtung des Konstrukts zweiter Ordnung.....	287
6.5.7.4. Externe Validierung des Netzwerkerfolgs anhand der Befragung der Netzwerkpartner.....	289
6.5.8. Überprüfung der Diskriminanzvalidität auf Gesamtmodellebene.....	289

7. Empirische Ergebnisse: Analyse der Wirkungszusammenhänge und Modellbeurteilung.....	293
7.1. Methodische Grundlagen.....	293
7.1.1. Analyse von Strukturgleichungsmodellen auf Basis des PLS-Ansatzes	293
7.1.2. Vorgehensweise bei der Evaluierung des Strukturmodells	296
7.1.2.1. Überblick.....	296
7.1.2.2. Kriterien zur Beurteilung der Anpassungsgüte des Strukturmodells.....	296
7.2. Analyseergebnisse	299
7.2.1. Überblick.....	299
7.2.2. Betrachtung der internen Kontextfaktoren.....	300
7.2.2.1. Wirkung der internen Kontextfaktoren auf die Netzwerkkoordination	300
7.2.2.2. Wirkung der internen Kontextfaktoren auf die Wettbewerbsstrategie	303
7.2.3. Modell der Antezedenzen der Netzwerkkoordination	305
7.2.3.1. Überblick.....	305
7.2.3.2. Wirkung der externen Kontextfaktoren auf die Wettbewerbsstrategie und die Netzwerkkoordination	306
7.2.3.3. Wirkung der Wettbewerbsstrategie auf die Netzwerkkoordination	308
7.2.3.4. Beurteilung der Modellgüte	311
7.2.4. Modell der Konsequenzen der Netzwerkkoordination	312
7.2.4.1. Überblick.....	312
7.2.4.2. Direkte Konsequenzen der Netzwerkkoordination	313
7.2.4.3. Analyse der Moderationseffekte	318
7.2.4.4. Analyse der Mediationseffekte.....	321
7.2.5. Bildung und Analyse von Koordinationsmustern.....	322
8. Zusammenfassung und Implikationen für Theorie und Praxis	327
8.1. Zusammenfassung und Bewertung der Untersuchungsergebnisse.....	327
8.1.1. Überblick	327
8.1.2. Antezedenzen der Netzwerkkoordination.....	329
8.1.3. Konsequenzen der Netzwerkkoordination	333
8.2. Implikationen für das Management von Unternehmensnetzwerken.....	337
8.3. Implikationen für die wissenschaftliche Forschung	341

Verzeichnis der Literatur	347
Verzeichnis der Gesprächspartner	427