

Anna-Martina Kröll

# **Interorganisationale Netzwerke**

Nutzung Sozialen Kapitals  
für Markteintrittsstrategien

**A 237603**

Deutscher Universitäts-Verlag

# Inhaltsverzeichnis

|   |            |
|---|------------|
| <b>Vorwort</b> .....  | <b>V</b>   |
| <b>Inhaltsübersicht</b> .....   | <b>VII</b> |
| <b>Inhaltsverzeichnis</b> .....   | <b>IX</b>  |
| <b>Abbildungsverzeichnis</b> .....  | <b>XV</b>  |
| <b>Tabellenverzeichnis</b> .....  | <b>XIX</b> |
| <b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....  | <b>XXI</b> |
| <b>1 Einleitung und Grundlagen</b> .....  | <b>1</b>   |
| <b>1.1 Hintergrund und Problemstellung</b> .....  | <b>1</b>   |
| <b>1.2 Stand der Forschung</b> .....  | <b>3</b>   |
| <b>1.2.1 Markteintrittsstrategien</b> .....   | <b>3</b>   |
| 1.2.1.1 Das Konzept des First Mover Advantage.....  | 4          |
| 1.2.1.2 Eintrittsformen .....   | 6          |
| <b>1.2.2 Netzwerke</b> .....  | <b>11</b>  |
| 1.2.2.1 Die Soziale Netzwerkanalyse (SNA).....  | 12         |
| 1.2.2.2 Entwicklung der SNA und das Konzept des Sozialen Kapitals.....  | 15         |
| 1.2.2.3 Anwendung der SNA in wirtschaftswissenschaftlichen<br>Zusammenhängen.....   | 18         |
| <b>1.3 Forschungslücken</b> .....   | <b>19</b>  |
| <b>1.4 Forschungsfrage und forschungsleitende Fragestellungen</b> .....   | <b>20</b>  |
| <b>2 Forschungsmethode und Vorgehen</b> .....   | <b>23</b>  |
| <b>2.1 Wissenschaftstheoretische Positionierung</b> .....   | <b>23</b>  |
| <b>2.2 SNA als Perspektive</b> .....  | <b>24</b>  |
| <b>2.3 SNA als Methodensatz</b> .....   | <b>27</b>  |
| <b>2.4 Aufbau der Arbeit</b> .....  | <b>32</b>  |
| <b>2.5 Einordnung der Fragestellung in den Kontext wirtschaftswissenschaftlicher<br/>        Ansätze und Theorien</b> ..... | <b>35</b>  |

|   |            |
|---|------------|
| <b>3 Markteintrittsstrategie</b> .....  | <b>39</b>  |
| <b>3.1 Markteintrittsstrategie als Prozess</b> .....  | <b>41</b>  |
| 3.1.1 <i>Wahl des Zielmarktes</i> .....   | <b>43</b>  |
| 3.1.1.1 <i>Neuheitsgehalt eines Marktes</i> .....   | <b>46</b>  |
| 3.1.1.2 <i>Markteintrittsbarrieren nach dem Neuheitsgehalt des Marktes</i> .....  | <b>47</b>  |
| 3.1.2 <i>Ziele innerhalb des Eintrittsmarktes</i> .....   | <b>51</b>  |
| 3.1.3 <i>Wahl und Interdependenz von Eintrittszeit und Eintrittsform</i><br><i>(Markteintrittsstrategie im engeren Sinne)</i> ..... | <b>52</b>  |
| 3.1.3.1 <i>Eintrittszeitstrategie</i> .....   | <b>55</b>  |
| 3.1.3.2 <i>Interorganisationales Netzwerk als Eintrittsform</i> .....   | <b>67</b>  |
| <b>3.2 Markteintrittsstrategie als letzter Schritt des Innovationsprozesses</b> .....   | <b>78</b>  |
| 3.2.1 <i>Innovation aus Unternehmenssicht</i> .....   | <b>79</b>  |
| 3.2.2 <i>Der Innovationsprozess</i> .....   | <b>80</b>  |
| 3.2.3 <i>Die Ausgestaltung des Innovationsprozesses für First, Early und</i><br><i>Late Mover</i> .....                             | <b>81</b>  |
| 3.2.4 <i>Strategien zur Gestaltung des Innovationsprozesses</i> .....   | <b>83</b>  |
| 3.2.4.1 <i>Time- to- Market</i> .....   | <b>83</b>  |
| 3.2.4.2 <i>Zusammenarbeit zur Innovation</i> .....  | <b>88</b>  |
| <b>4 Netzwerk und Soziales Kapital</b> .....  | <b>95</b>  |
| <b>4.1 Definition Netzwerk</b> .....  | <b>95</b>  |
| 4.1.1 <i>Generischer Netzwerkbegriff</i> .....  | <b>95</b>  |
| 4.1.2 <i>Beschreibungsdimensionen</i> .....   | <b>96</b>  |
| <b>4.2 Netzwerktypen und Zuordnung von Markteintrittsnetzwerken</b> .....   | <b>100</b> |
| 4.2.1 <i>Regionale Netzwerke</i> .....  | <b>102</b> |
| 4.2.2 <i>Branchen Netzwerke</i> .....   | <b>103</b> |
| 4.2.3 <i>Funktionale Netzwerke</i> .....  | <b>104</b> |
| 4.2.4 <i>Inter- und Intraorganisationale Netzwerke</i> .....  | <b>105</b> |
| 4.2.5 <i>Strategische Netzwerke</i> .....   | <b>107</b> |
| <b>4.3 Abgrenzung des Interorganisationalen Netzwerks zu verwandten</b><br><b>Konzepten</b> .....                                   | <b>109</b> |
| 4.3.1 <i>Markt und Hierarchie</i> .....   | <b>110</b> |
| 4.3.2 <i>Strategische Allianz und Joint Venture</i> .....   | <b>111</b> |
| <b>4.4 Das 'Soziale Kapital' eines interorganisationalen (Markteintritts-)</b><br><b>Netzwerks</b> .....                            | <b>113</b> |
| 4.4.1 <i>Definition und Charakteristika von Sozialem Kapital</i> .....  | <b>114</b> |
| 4.4.2 <i>Ausprägungen Sozialen Kapitals</i> .....   | <b>119</b> |

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| 4.4.3    | <i>Attribute Sozialen Kapitals</i> .....   | 120        |
| 4.4.3.1  | Effektivität des Netzwerks.....  | 121        |
| 4.4.3.2  | Effizienz des Netzwerks.....   | 121        |
| 4.4.3.3  | Flexibilität des Netzwerks .....   | 122        |
| 4.4.4    | <i>Quellen (Ursachen) Sozialen Kapitals</i> .....  | 124        |
| <b>5</b> | <b>Netzwerk als Organisation – Aufbau und Aktivierung Sozialen Kapitals ....</b>                 | <b>129</b> |
| 5.1      | Modell eines interorganisationalen Netzwerks als Organisation .....                              | 130        |
| 5.2      | Netzwerk als Organisation aus institutionaler Sicht.....   | 135        |
| 5.2.1    | <i>Ziele eines Netzwerks</i> .....   | 137        |
| 5.2.2    | <i>Kultur des Netzwerks</i> .....  | 141        |
| 5.2.3    | <i>Vertrauen im Netzwerk</i> .....   | 145        |
| 5.2.4    | <i>Macht und Konflikt im Netzwerk</i> .....  | 152        |
| 5.2.5    | <i>Grenzen des Netzwerks</i> .....   | 157        |
| 5.3      | Netzwerk als Organisation aus instrumentaler Sicht: Netzwerkstrukturen ...                       | 159        |
| 5.3.1    | <i>Flexible und Effiziente Netzwerkstrukturen</i> .....  | 162        |
| 5.3.2    | <i>Kulturfördernde Strukturen</i> .....  | 165        |
| 5.3.2.1  | Strukturelle Äquivalenz und Kohäsion als Mechanismen sozialer<br>Beeinflussung.....              | 166        |
| 5.3.2.2  | Kulturfördernde Strukturen in interorganisationalen Netzwerken ...                               | 170        |
| 5.3.3    | <i>Vertrauensfördernde Strukturen</i> .....  | 171        |
| 5.3.3.1  | Strong Ties.....   | 172        |
| 5.3.3.2  | Multiplexität .....  | 173        |
| 5.3.3.3  | Geschlossene Strukturen .....  | 175        |
| 5.3.4    | <i>Positionen und Netzwerkstrukturen als Machtgrundlage</i> .....                                | 181        |
| 5.3.4.1  | Zentralität .....  | 182        |
| 5.3.4.2  | Strukturelle Löcher (Struktural Holes).....  | 185        |
| 5.3.4.3  | Bedeutung der direkten Kooperationspartner ('Primary Contacts')                                  | 186        |
| 5.4      | Netzwerk als Organisation aus funktionaler Sicht .....   | 188        |
| 5.4.1    | <i>Ansätze zur Steuerung von interorganisationalen Netzwerken</i> .....                          | 189        |
| 5.4.2    | <i>Drei Positionen zur Netzwerksteuerung</i> .....   | 191        |
| 5.4.3    | <i>Steuerungsmechanismen</i> .....   | 192        |
| <b>6</b> | <b>Soziales Kapital für unterschiedliche Markteintrittszeiten .....</b>                          | <b>195</b> |
| 6.1      | Entwicklung eines Markteintrittsnetzwerks .....  | 195        |
| 6.1.1    | <i>Veränderung des optimalen Markteintrittsnetzwerks entlang des<br/>Marktlebenszyklus</i> ..... | 196        |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
| 6.1.2      | <i>Vorprägung des Markteintrittsnetzwerks durch den Innovationsprozess</i> .....                   | 198        |
| <b>6.2</b> | <b>Netzwerk der First Mover</b> .....  | <b>199</b> |
| 6.2.1      | <i>Marktanforderungen und Ziele für First Mover</i> .....  | 200        |
| 6.2.2      | <i>Funktionen und Vorteile eines interorganisationalen Netzwerks in der Einführungsphase</i> ..... | 202        |
| 6.2.3      | <i>Wichtige Ausprägungen Sozialen Kapitals</i> .....   | 206        |
| 6.2.4      | <i>Effektive Strukturen eines First Mover Netzwerks</i> .....                                      | 208        |
| 6.2.5      | <i>Effizienz und Flexibilität des First Mover Netzwerks</i> .....                                  | 215        |
| <b>6.3</b> | <b>Netzwerk der Early Mover</b> .....  | <b>216</b> |
| 6.3.1      | <i>Marktanforderungen und Ziele für Early Mover</i> .....  | 217        |
| 6.3.2      | <i>Funktionen und Vorteile eines interorganisationalen Netzwerks in der Wachstumsphase</i> .....   | 220        |
| 6.3.3      | <i>Wichtige Ausprägungen Sozialen Kapitals</i> .....   | 223        |
| 6.3.4      | <i>Effektive Beziehungen und Netzwerkpositionen in der Wachstumsphase</i> .....                    | 225        |
| 6.3.5      | <i>Positionierung des Early Mover im interorganisationalen Netzwerk</i> ..                         | 227        |
| 6.3.6      | <i>Effizienz und Flexibilität des Early Mover Netzwerks</i> .....                                  | 229        |
| <b>6.4</b> | <b>Netzwerk der Late Mover</b> .....   | <b>230</b> |
| 6.4.1      | <i>Marktanforderungen und Ziele der Late Mover</i> .....   | 230        |
| 6.4.2      | <i>Funktionen und Vorteile eines interorganisationalen Netzwerks in der Reifephase</i> .....       | 232        |
| 6.4.3      | <i>Wichtige Ausprägungen Sozialen Kapitals</i> .....   | 235        |
| 6.4.4      | <i>Effektive Netzwerkstrukturen und -Positionen in der Reifephase</i> .....                        | 236        |
| 6.4.5      | <i>Positionierung eines Late Mover im interorganisationalen Netzwerk</i> ..                        | 239        |
| 6.4.5.1    | <i>Aufbau eines 'reinen' Late Mover Netzwerks</i> .....  | 239        |
| 6.4.5.2    | <i>Aufbau eines 'gemischten' Netzwerks mit First und Early Mover Unternehmen</i> .....             | 241        |
| 6.4.5.3    | <i>Eintritt des Late Mover in ein bestehendes Netzwerk</i> .....                                   | 243        |
| 6.4.6      | <i>Effizienz und Flexibilität des Late Mover Netzwerks</i> .....                                   | 243        |
| <b>6.5</b> | <b>Betrachtung der verschiedenen Markteintrittsnetzwerke im Vergleich</b> .....                    | <b>244</b> |
| <b>7</b>   | <b>Markteintrittsnetzwerke in der amerikanischen PDA- Industrie</b> .....                          | <b>249</b> |
| <b>7.1</b> | <b>Die amerikanische PDA- Industrie</b> .....  | <b>250</b> |
| 7.1.1      | <i>Entwicklung der PDA- Industrie bis Mitte der 90er Jahre</i> .....                               | 251        |
| 7.1.2      | <i>Entwicklung der PDA- Industrie nach 1996</i> .....  | 253        |
| <b>7.2</b> | <b>Datenerhebung und Aufbereitung</b> .....  | <b>259</b> |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
| <b>7.3</b> | <b>Hypothesen</b>  | <b>265</b> |
| <b>7.4</b> | <b>Indikatorenauswahl und Operationalisierung der Merkmale</b>       | <b>266</b> |
| 7.4.1      | <i>Abhängige Variable: Erfolg</i>                                    | 267        |
| 7.4.2      | <i>Unabhängige Variablen</i>   | 267        |
| 7.4.2.1    | <i>Clique</i>  | 268        |
| 7.4.2.2    | <i>Coreness</i>  | 268        |
| 7.4.2.3    | <i>Degree-Zentralität</i>  | 269        |
| 7.4.2.4    | <i>Eigenvector-Zentralität</i>                                       | 269        |
| 7.4.3      | <i>Kontrollvariablen</i>   | 269        |
| <b>7.5</b> | <b>Statistische Modelle und Ergebnisse</b>                           | <b>270</b> |
| <b>7.6</b> | <b>Diskussion der Ergebnisse</b>                                     | <b>280</b> |
| 7.6.1      | <i>Netzwerk der First Mover in der amerikanischen PDA- Industrie</i> | 280        |
| 7.6.2      | <i>Netzwerk der Early Mover in der amerikanischen PDA- Industrie</i> | 284        |
| <b>8</b>   | <b>Ausblick</b>  | <b>287</b> |
| <b>9</b>   | <b>Literatur</b>   | <b>291</b> |
| <b>10</b>  | <b>Anhang</b>  | <b>331</b> |
| 10.1       | Kooperationstabellen: First Mover                                    | 331        |
| 10.2       | Kooperationstabellen: Early Mover                                    | 338        |
| 10.3       | Variablen Tabellen (Datensatz für die SPSS11.5 Auswertung)           | 354        |
| 10.3.1     | <i>First Mover (OEMs)</i>  | 354        |
| 10.3.2     | <i>Early Mover (OEMs)</i>  | 355        |