

Reihe: Planung, Organisation und Unternehmensführung • Band 104

Herausgegeben von Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Köln, Prof. Dr. Winfried Matthes, Wuppertal, Prof. Dr. Udo Winand, Kassel, Prof. (em.) Dr. Joachim Griese, Bern, PD Dr. Harald F. O. von Kortzfleisch, Kassel, Prof. Dr. Ludwig Theuvsen, Göttingen, und Prof. Dr. Andreas Al-Laham, Stuttgart

Dr. Hanns Martin Schindewolf

Organisches Wachstum internationaler Unternehmen

Eine empirische Exploration



Inhaltsverzeichnis

1. Organisches Wachstum im Feld internationaler Unternehmensentwicklung.....	1
1.1 Problemstellung: Wachstumsoption internationaler Unternehmen.....	1
1.2 Zielsetzung: Erforschung des Entscheidungsprozesses pro organisches Wachstum.....	6
1.3 Vorgehe, nsweise und Gang der Argumentation: Konzeptioneller Aufbau und empirischer Ansatz.....	9
2. Status quo, deflatorische Abgrenzung und begriffliche Grundlagen.....	12
2.1 State of the Art der Forschung zu organischem Wachstum ..	13
2.1.1 Terminologische Einordnung.....	13
2.1.2 Verortung in Forschungsansätzen.....	20
2.1.3 Entscheidungsfaktoren.....	25
2.2 Konzept der Unternehmung.....	29
2.3 Wachstum.....	32
2.3.1 Wachstumsverständnis.....	33
2.3.1.1 Begriffseinordnung.....	33
2.3.1.2 Wachstumsindikatoren.....	35
2.3.2 Wachstumscausa.....	36
2.3.3 Wachstumsmodus.....	39
2.3.4 Zeitliche Dimension des Wachstums.....	43
2.4 Organitätsbegriff.....	46
2.4.1 Originäre Organität.....	46
2.4.2 Ökonomische Organität im Unternehmenswachstum ..	48
2.4.3 Formen organischen Wachstums.....	51
2.4.4 Heuristische Evaluierung organischen Wachstums.....	54
2.4.4.1 Chancen organischen Wachstums.....	55
2.4.4.1.1 Flexibilitätchancen.....	55
2.4.4.1.2 Kostenchancen.....	59
2.4.4.1.3 Informationschancen.....	60
2.4.4.1.4 Verfügbarkeitschancen.....	61
2.4.4.2 Risiken organischen Wachstums.....	62
2.4.4.2.1 Marktrisiken.....	62
2.4.4.2.2 Ressourcenrisiken.....	63
2.4.4.2.3 Finanzierungsrisiken.....	66
2.5 Entscheidungsprozess bei organischem Wachstum.....	67
2.5.1 Konzeptualisierung des Entscheidungsprozesses.....	67
2.5.2 Entscheidungsträger.....	72

2.5.2.1 Mikroebene.....	75
2.5.2.2 Mesoebene.....	75
2.5.2.3 Makroebene.....	76
2.5.3 Entscheidungsmotive.....	79
2.5.3.1 Ökonomische Entscheidungsmotive.....	80
2.5.3.2 Sozio-psychologische Entscheidungsmotive.....	82
2.5.3.2.1 Mikroebene.....	84
2.5.3.2.2 Mesoebene.....	87
2.5.3.2.3 Makroebene.....	88
2.5.4 Entscheidungsprozessablauf.....	90
2.5.4.1 Input.....	94
2.5.4.1.1 Forderungen.....	94
2.5.4.1.2 Unterstützung.....	96
2.5.4.2 Output.....	97
2.5.4.3 Outcome.....	99
2.6 Modellierung eines entscheidungstheoretischen Bezugsrahmens.....	100
3. Thesenformulierung zu organischem Wachstum.....	107
3.1 Informationsökonomische Erklärungsansätze: Informationsasymmetrien im Entscheidungsprozess.....	107
3.1.1 Präsentation wesentlicher Ansätze.....	108
3.1.2 Destillation untersuchungsrelevanter Teilbereiche.....	113
3.1.3 Ableitung von Arbeitsthesen.....	117
3.2 Verhaltensorientierte Erklärungsansätze: Einfluss des Wettbewerbersverhaltens auf den Entscheidungsprozess	121
3.2.1 Theorie des oligopolistischen Parallelverhaltens als ein wesentlicher Ansatz.....	121
3.2.2 Destillation untersuchungsrelevanter Teilbereiche.....	125
3.2.3 Ableitung einer Arbeitsthese.....	127
3.3 Erklärungsansätze der Internationalisierungsschulen: Internationalisierungseffekte auf den Entscheidungs prozess.....	128
3.3.1 Die inkrementale Internationalisierungsschule als ein wesentlicher Ansatz.....	128
3.3.2 Destillation untersuchungsrelevanter Teilbereiche.....	131
3.3.3 Ableitung einer Arbeitsthese.....	133
3.4 Organisationstheoretische Erklärungsansätze: Organisationsstruktur als Entscheidungsparameter.....	134
3.4.1 Das Lebenszyklusmodell als ein wesentlicher Ansatz...	134
3.4.2 Destillation untersuchungsrelevanter Teilbereiche.....	137

3.4.3	Ableitung einer Arbeitsthese.....	139
3.5	Ressourcenbasierte Erklärungsansätze: Ressourcen-	
	basierte Elemente als Entscheidungsparameter.....	140
3.5.1	Präsentation des Ansatzes des Resource-based-View.....	140
3.5.2	Destillation untersuchungsrelevanter Teilbereiche.....	144
3.5.3	Ableitung einer Arbeitsthese.....	146
3.6	Entwicklung des theoretischen Bezugsrahmens für die	
	explorative empirische Untersuchung.....	147
4.	Empirische Exploration zu organischem Wachstum	
	internationaler Unternehmen.....	155
4.1	Methodologische und methodische Grundlagen.....	155
4.1.1	Methodologische Einordnung in die Grounded Theory.....	155
4.1.2	Methodisches Vorgehen.....	160
4.1.2.1	Untersuchungsdesign und Forschungsformat.....	160
4.1.2.2	Fallstudienselektion.....	170
4.1.2.2.1	Unternehmensauswahl.....	171
4.1.2.2.1.1	Selektionsparameter.....	171
4.1.2.2.1.2	Variationsparameter.....	174
4.1.2.2.2	Expertenauswahl.....	177
4.1.2.2.2.1	Selektionsparameter.....	177
4.1.2.2.2.2	Variationsparameter.....	178
4.2	Continental AG - Fallstudie.....	180
4.2.1	Falldarstellung.....	180
4.2.1.1	Branchenkontext der Reifen-/Automobilzuliefer-	
	industrie.....	180
4.2.1.2	Unternehmensprofil der Continental AG.....	183
4.2.1.3	Unternehmensgeschichte im internationalen	
	Kontext.....	184
4.2.1.4	Exemplarisches organisches Wachstum in	
	Rumänien.....	190
4.2.1.5	Entscheidungsprozess.....	195
4.2.2	Fallanalyse.....	200
4.3	AWD AG - Fallstudie.....	210
4.3.1	Falldarstellung.....	210
4.3.1.1	Branchenkontext der Finanzdienstleistungs-	
	industrie.....	210
4.3.1.2	Unternehmensprofil der AWD AG.....	212
4.3.1.3	Unternehmensgeschichte im internationalen	
	Kontext.....	214
4.3.1.4	Exemplarisches organisches Wachstum in Italien ..	216

4.3.1.5 Entscheidungsprozess.....	219
4.3.2 Fallanalyse.....	224
4.4 The Boston Consulting Group Inc. - Fallstudie.....	231
4.4.1 Falldarstellung.....	231
4.4.1.1 Branchenkontext der Unternehmensberatungen... ..	231
4.4.1.2 Unternehmensprofil der Boston Consulting Group..	235
4.4.1.3 Unternehmensgeschichte im internationalen Kontext.....	237
4.4.1.4 Exemplarisches organisches Wachstum in Griechenland.....	241
4.4.1.5 Entscheidungsprozess.....	246
4.4.2 Fallanalyse.....	250
4.5 Oetker-Gruppe - Fallstudie.....	258
4.5.1 Falldarstellung.....	258
4.5.1.1 Branchenkontext der Lebensmittelindustrie.....	258
4.5.1.2 Unternehmensprofil der Oetker-Gruppe.....	261
4.5.1.3 Unternehmensgeschichte im internationalen Kontext.....	265
4.5.1.4 Exemplarisches organisches Wachstum in Großbritannien.....	267
4.5.1.5 Entscheidungsprozess.....	270
4.5.2 Fallanalyse.....	273
4.6 Vergleichende Inter-Fallanalyse.....	280
4.7 Zusammenfassende Erörterung des Erkenntnisgewinns aus Theoriensichtung, Thesenentwicklung und empirischer Exploration.....	287
5. Kritische Würdigung und Ausblick.....	292
Anhang.....	295
Literaturverzeichnis.....	299