

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVIII
1. Einführung	1
1.1 Problemstellung und Ziel der Arbeit	1
1.1.1 Problemstellung der Arbeit	1
1.1.2 Ziel der Arbeit	2
1.2 Aufbau und konzeptioneller Gang der Arbeit	3
1.2.1 Aufbau der Arbeit	3
1.2.2 Konzeptioneller Gang der Arbeit	4
1.3 Gegenstand und Methodik der empirische Untersuchung	5
1.3.1 Untersuchungsgegenstand und Vorgehensweise	5
1.3.2 Methode der standardisierten Befragung	7
1.3.3 Auswertungsmethoden	7
1.3.4 Vorarbeiten zur Untersuchung	9
2. Die Automobilindustrie im dynamischen Wettbewerb	11
2.1 Bedeutung und Merkmale der Automobilindustrie	11
2.1.1 Bedeutung der Automobilindustrie	11
2.1.2 Produktion und Beschäftigung	14
2.2 Wettbewerbsdynamik in der Automobilindustrie	20
2.2.1 Konzentration, Konsolidierung und oligopolistische Märkte	21
2.2.2 Strukturveränderung und Liberalisierung der globalen Märkte	25
2.2.3 Segmentierung und Polarisierung der Käufermärkte	29
2.2.4 Restrukturierung der Wertschöpfungskette; Folgen für die Zuliefererindustrie	33
2.2.5 Produktinnovationen und technologische Veränderungen	46
2.2.6 Globaler Innovations- und Kostenwettbewerb	53
2.2.6.1 Innovation als Differenzierungsstrategie	53
2.2.6.2 Wettbewerbsvorteile durch Innovationsoffensive	54
2.2.6.3 Innovationsstrategie und Kostenbelastung	58
2.2.6.4 Auslagerung von Entwicklungleistungen	60
2.2.6.5 Rohstoffpreise und Kostenbelastung	62
2.2.6.6 Staatliche Regulierung und Innovationen	63
2.3 Wettbewerbs- und Innovationstreiber in der Automobilindustrie	67
2.3.1 Treiber des dynamischen Wettbewerbs in der Automobilindustrie	67
2.3.1.1 Fusionen und Übernahmen in der Automobilindustrie	69
2.3.1.2 Liberalisierung und Deregulierung in der Automobilindustrie	70
2.3.1.3 Informationsbasierte Wertschöpfung in der Automobilindustrie	71
2.3.1.4 Netzwerkinstitutionen in der Automobilindustrie	71

2.3.1.5 Modularisierung in der Automobilindustrie	73
2.3.2 Innovationstreiber in der Automobilindustrie	74
2.3.2.1 Innovationstreiber Wettbewerb	75
2.3.2.2 Innovationstreiber Technologien	76
2.3.2.3 Innovationstreiber Kunden	77
2.3.2.4 Innovationstreiber Gesetzgebung	78
2.3.3 Zwischenfazit	80
3. Exkurs: Dynamischer Wettbewerb als Gegenstand der Forschung	82
3.1 Zum Begriff des Wettbewerbs	82
3.2 Grundzüge und Theorien des dynamischen Wettbewerbs	83
3.2.1 Statische Wettbewerbstheorien	83
3.2.1.1 Adam Smith	83
3.2.1.2 Neoklassik und Neue Institutionenökonomie	84
3.2.2 Ursprünge dynamischer Wettbewerbstheorien	85
3.2.2.1 Joseph A. Schumpeter	85
3.2.2.2 John Maurice Clark	86
3.2.2.3 Michael Porter	87
3.2.2.4 Gary Hamel & C.K. Prahalad	88
3.2.3 Modell des Hyperwettbewerbs: Richard A. D'Aveni	90
3.2.4 Pluralistisches Wettbewerbskonzept: Christoph Rasche	93
3.3 Zwischenfazit	96
4. Innovationsfähigkeit von Automobilzulieferunternehmen (Empirische Untersuchung)	99
4.1 Veränderte Rahmenbedingungen für Innovationen	99
4.2 Geschäfts- und Innovationsstrategien	106
4.3 Innovationsmanagement und -controlling	110
4.4 Geschäftsbeziehungen und Innovationsfähigkeit	115
4.5 Bedeutung partnerschaftlicher Beziehungen	123
4.6 Innovationsförderliche Finanzierungsmodelle	128
4.7 Wissensressourcen und Wissensvernetzung	133
4.8 Organisations- und Sozialinnovationen	144
4.9 Steigerung der Innovationsdynamik aus Sicht der Zulieferer	151
5. Theoretische Konzeption und Bewertung der Untersuchung	152
5.1 Innovationsfähigkeit als Gegenstand der Forschung	152
5.1.1 Wandel des Innovationsbegriffs	152
5.1.2 Theorieansätze zur Bestimmung von Innovationsfähigkeit	158
5.2 Theoretische Konzeption	164
5.2.1 Bezugspunkte der theoretischen Konzeption	164
5.2.2 Theoretischen Konzeption der Innovationsfähigkeit	165

5.2.2.1 Institutionelle Reflexivität	166
5.2.2.2 Wissensabsorption	171
5.2.2.3 Strategische Flexibilität	177
5.2.2.4 Replikations- und Rekonfigurationsfähigkeit	180
5.2.2.5 Pfadabhängigkeit und Pfadbrechung	181
5.2.2.6 Organisationales Lernen	182
5.2.3 Zusammenfassung der theoretischen Konzeption	184
5.3 Operationalisierung der zentralen Dimensionen	186
5.4 Bewertung der Untersuchung	189
5.4.1 Vergleichsanalyse als Bewertungsgrundlage	189
5.4.2 Innovationsmerkmale erfolgreicher Zulieferer	190
5.4.3 Bewertung der "Institutionellen Reflexivität"	194
5.4.3.1 Kritische Selbstbeobachtung	194
5.4.3.2 Unternehmen-Umwelt Vergleich	198
5.4.3.3 Evaluierung von Handlungsfolgen	202
5.4.3.4 Ausgleich von Interessen	203
5.4.4 Bewertung der "Wissensabsorption"	205
5.4.4.1 Strukturierung und Bereitstellung von Informationen	205
5.4.4.2 Kooperative und kommunikative Organisationspraktiken	207
5.4.4.3 Offene Informations- und Kooperationsmöglichkeiten	210
5.4.4.4 Lernstrukturen im Kontext des Arbeitshandelns	212
5.4.5 Bewertung der "Strategischen Flexibilität"	214
5.4.5.1 Handlungsfähigkeit unter Wettbewerbsdruck	215
5.4.5.2 Organisationale Strategiekompetenz und -emergenz	219
5.4.5.3 Strategische Handlungsspielräume	225
5.4.5.4 Handlungsschnelligkeit und Effizienz	227
5.5 Ergebnisdarstellung und Fazit	229
5.5.1 Quantitative Ergebnisdarstellung	229
5.5.2 Qualitative Ergebnisbewertung	232
5.5.3 Fazit: Innovationsprofil "erfolgreicher Zulieferer"	234
6. Zentrale Ergebnisse und Ausblick	240
6.1 Zentrale Ergebnisse der Untersuchung	240
6.2 Ausblick	246
6.2.1 Forschungsfragen	246
6.2.2 Handlungsempfehlungen für die Unternehmenspraxis	247
6.2.2.1 Empfehlungen für Geschäfts- und Innovationsstrategien	247
6.2.2.2 Empfehlungen zur Entwicklung "institutioneller Reflexivität"	248
6.2.2.3 Empfehlungen zur Steigerung der "Wissensabsorption"	250
6.2.2.4 Empfehlungen zur Entwicklung "strategischer Flexibilität"	251
Anhang	254
Literaturverzeichnis	266