

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXV

1. Einleitung	1
1.1. Privatwirtschaftliches Angebot von F&E-Leistungen: Traditionsreich und plausibel - aber in Deutschland problematisch?	1
1.2. Vertragsforschung in der Literatur zum Technologie- und Innovations- management: Regelmäßig erwähnt - aber nur partiell untersucht	5
1.3. Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	9

TEIL I: GRUNDLAGEN DER VERTRAGSFORSCHUNG

2. Einordnung und begriffliche Abgrenzung der Vertragsforschung	15
3. Formen der Vertragsforschung - eine morphologische Betrachtung ...	29
4. Vorteile und Grenzen der Vertragsforschung aus Auftraggebersicht	43
5. Aspekte der organisatorischen und vertraglichen Ausgestaltung von Vertragsforschungsbeziehungen	52
6. Versuch einer quantitativen Abgrenzung des Vertragsforschungsmarktes in Deutschland	63

TEIL II: ERFOLGSBEDINGUNGEN DER VERTRAGSFORSCHUNG IN DEUTSCHLAND

7. Eingrenzung des Forschungsfeldes und Konzeption der weiteren Untersuchungen.....	73
8. Theoriegeleitete Ableitung hypothetisch beeinträchtigender Rahmenbedingungen und hypothetischer Erfolgsfaktoren.....	86
8.1. Auswahl geeigneter theoretischer Ansätze.....	87
8.2. Zur Perspektive der Transaktionskostentheorie.....	93
8.2.1. Grundlagen und relevante Wirkungsmechanismen der Transaktionskostentheorie.....	93
8.2.2. Interpretation der Vertragsforschung im Kontext der Transaktionskostentheorie.....	98
8.2.3. Ableitung hypothetischer Erfolgsbedingungen	99
8.3. Zur Perspektive der Agency-Theorie.....	116
8.3.1. Grundlagen und relevante Wirkungsmechanismen der Agency-Theorie	116
8.3.2. Interpretation der Vertragsforschung im Kontext der Agency-Theorie	126
8.3.3. Ableitung hypothetischer Erfolgsbedingungen	126
8.4. Zur Perspektive der betriebswirtschaftlichen Forschung zum Dienstleistungsmanagement.....	137
8.4.1. Eckpunkte der betriebswirtschaftlichen Forschung zum Dienstleistungsmanagement.....	137
8.4.2. Vertragsforschung als Dienstleistung.....	147
8.4.3. Ableitung hypothetischer Erfolgsbedingungen	148
8.5. Zusammenfassung der abgeleiteten Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren	160
8.5.1. Hypothesen zu beeinträchtigenden Rahmenbedingungen der Vertragsforschung	160
8.5.2. Hypothesen zu Erfolgsfaktoren der Vertragsforschung.....	163

9. Fallstudien in ausgewählten empirischen Feldern.....	168
9.1. Hintergrund und Konzeption der Fallstudien	169
9.2. Das Battelle-Institut.....	174
9.2.1. Hintergrund, Umfang und Struktur der Vertragsforschungsaktivitäten .	174
9.2.2. Beeinträchtigende Rahmenbedingungen der Vertragsforschung	177
9.2.3. Erfolgsfaktoren der Vertragsforschung	184
9.3. Vertragsforschungsanbieter in der pharmazeutischen Industrie	187
9.3.1. Hintergrund, Umfang und Struktur der Vertragsforschungsaktivitäten .	187
9.3.2. Beeinträchtigende Rahmenbedingungen der Vertragsforschung	189
9.3.3. Erfolgsfaktoren der Vertragsforschung	192
9.4. Vertragsforschungsanbieter in der Automobilindustrie.....	197
9.4.1. Hintergrund, Umfang und Struktur der Vertragsforschungsaktivitäten .	197
9.4.2. Beeinträchtigende Rahmenbedingungen der Vertragsforschung	199
9.4.3. Erfolgsfaktoren der Vertragsforschung	202
9.5. Zusammenfassung und Vergleich der Erfolgsbedingungen.....	207
9.5.1. Beeinträchtigende Rahmenbedingungen der Vertragsforschung	207
9.5.2. Erfolgsfaktoren der Vertragsforschung	209
 10. Großzahlige empirische Untersuchung der Vertragsforschung in Ostdeutschland	 212
10.1. Hintergrund und Konzeption der Untersuchung.....	212
10.1.1. Hintergrund der externen Industrieforschungseinrichtungen	212
10.1.2. Konzeption der Datenerhebung	215
10.1.2.1. Ermittlung von Adressen.....	215
10.1.2.2. Interviews und Pre-Test.....	216
10.1.2.3. Design des Fragebogens	216
10.1.2.4. Haupterhebung	219
10.1.3. Konzeption und Vorgehen der weiteren statistischen Auswertungen	220

10.2. Deskriptive Datenanalyse und Test der Hypothesen.....	224
10.2.1. Hintergrund und Vertragsforschungsaktivitäten der F&E-Einrichtungen	227
10.2.1.1. Unternehmensgröße und Einnahmequellen der Vertragsforschungsanbieter	227
10.2.1.2. Umfang und Struktur der Vertragsforschungsaktivitäten	231
10.2.2. Erfolgsindikatoren der Vertragsforschungsaktivitäten	242
10.2.2.1. Zur Bedeutung von Vor- und Nachteilen der Vertragsforschung	242
10.2.2.2. Ausprägungen weiterer Erfolgsindikatoren	246
10.2.3. Beeinträchtigende Rahmenbedingungen	252
10.2.4. Erfolgsfaktoren der Vertragsforschung	260
10.2.4.1. Zur Bedeutung von strategischen und organisatorischen Erfolgsfaktoren	260
10.2.4.2. Zur Bedeutung von Marketing-Erfolgsfaktoren	265
10.2.5. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	271
10.2.5.1. Zusammenfassung der Ergebnisse	271
10.2.5.2. Vergleich von Rahmenbedingungen ostdeutscher Vertrags- forschungsanbieter mit den Ergebnissen der Fallstudien	276
10.3. Explorative Variablenverdichtung als Basis für weitere statistische Analysen.....	280
10.3.1. Verdichtung der Vor- und Nachteilsvariablen	283
10.3.2. Verdichtung der Variablen zu hypothetisch beeinträchtigenden Rahmenbedingungen	289
10.3.3. Verdichtung der Variablen zu hypothetischen Erfolgsfaktoren	293
10.3.4. Zusammenfassende Darstellung der ermittelten Konstrukte	301
10.4. Ermittlung zweier Realtypologien von Vertragsforschungsanbietern	304
10.4.1. Identifikation einer Typologie nach Unternehmenscharakteristika	305
10.4.1.1. Segmentierung und Interpretation der Cluster	305
10.4.1.2. Charakterisierung der Unternehmenscharakteristika-Cluster durch weitere Variablen	315
10.4.2. Identifikation einer Typologie nach Vorteilsdimensionen	321
10.4.2.1. Segmentierung und Interpretation der Cluster	321
10.4.2.2. Charakterisierung der Vorteilsdimensionen-Cluster durch weitere Variablen	327

10.4.3. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	334
10.4.3.1. Zusammenfassung der Ergebnisse.....	334
10.4.3.2. Gegenüberstellung der Clusterlösungen.....	336
10.4.3.3. Hypothesen zur unterschiedlichen Bedeutung der Erfolgsbedingungen für die Unternehmenscharakteristika-Cluster	338
10.4.3.4. Hypothesen zur unterschiedlichen Bedeutung der Erfolgsbedingungen für die Vorteilsdimensionen-Cluster.....	344
10.5. Ergebnisse zur unterschiedlichen Bedeutung der Erfolgsbedingungen in den verschiedenen Clustern.....	349
10.5.1. Unterschiedliche Bedeutung der Erfolgsbedingungen in den Unternehmenscharakteristika-Clustern	351
10.5.1.1. Beeinträchtigung durch Rahmenbedingungen in den Clustern	351
10.5.1.2. Bedeutung von Erfolgsfaktoren in den Clustern	357
10.5.2. Unterschiedliche Bedeutung der Erfolgsbedingungen in den Vorteilsdimensionen-Clustern.....	362
10.5.2.1. Beeinträchtigung durch Rahmenbedingungen in den Clustern	362
10.5.2.2. Bedeutung der Erfolgsfaktoren in den Clustern	366
10.5.3. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	372
10.6. Zur Erfolgswirkung der Rahmenbedingungs- und Erfolgsfaktorenkonstrukte	378
10.6.1. Wirkungen der Erfolgsfaktorenkonstrukte auf die wahrgenommene Vorteilhaftigkeit	380
10.6.2. Wirkungen der Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren auf die Rentabilität	393
10.6.3. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	407
11. Zusammenfassung und Implikationen.....	412
11.1. Zusammenfassung wesentlicher Befunde.....	412
11.2. Implikationen	419
11.2.1. Implikationen für das Management (potentieller) Auftraggeber der Vertragsforschung	420
11.2.2. Implikationen für das Management (potentieller) Vertragsforschungsanbieter.....	420
11.2.3. Implikationen für Entscheidungsträger der öffentlichen Hand	424
11.2.4. Implikationen für zukünftige Forschungsarbeiten.....	430

Anhang	435
Anhang A: Verzeichnis der geführten Interviews	437
Anhang B: Interviewleitfaden der Fallstudien	439
Anhang C: Anschreiben zur schriftlichen Erhebung in Ostdeutschland	441
Anhang D: Fragebogen der schriftlichen Erhebung in Ostdeutschland	443
Anhang E: Ergänzende Statistiken zu Abschnitt 10.3	452
Anhang F: Ergänzende Statistiken zu den Abschnitten 10.4 und 10.5	457
Anhang G: Ergänzende Statistiken zu Abschnitt 10.6	462
Anhang H: In Abschnitt 10.5 und 10.6 getestete Hypothesen und Testergebnisse	464
 Literaturverzeichnis	 468
Stichwortverzeichnis	499