

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Motivation und Handlungsbedarfe	2
1.2	Zielsetzung der Arbeit	5
1.3	Forschungskonzeption der Arbeit	6
1.4	Aufbau der Arbeit	10
2	Grundlagen und Stand der Forschung	13
2.1	Charakterisierung von Technologiekonzernen und Start-ups	13
2.1.1	Begriffsverständnis von Unternehmen	13
2.1.2	Corporates als etablierte Technologiekonzerne	16
2.1.3	Start-ups als junge Unternehmen	18
2.1.4	Zwischenfazit zu Corporates und Start-ups	23
2.2	Grundlagen der Kooperation	24
2.2.1	Terminologie und Begriffsverständnis.....	24
2.2.2	Erklärungsansätze zur Entstehung und Gestaltung von Kooperationen	27
2.2.3	Charakterisierung ausgewählter Kooperationsformen	38
2.2.4	Zwischenfazit zu den Grundlagen der Kooperation	43
2.3	Eingrenzung des Betrachtungsbereichs	44
2.3.1	Objektbezogene Eingrenzung	44

2.3.2	Prädikatbezogene Eingrenzung.....	46
2.3.3	Subjektbezogene Eingrenzung	48
2.4	Analyse und kritische Würdigung des Stands der Forschung.....	50
2.4.1	Systematik zur Identifizierung relevanter Ansätze	50
2.4.2	Kriterien zur Bewertung identifizierter Ansätze	51
2.4.3	Darstellung und Bewertung identifizierter Ansätze	52
2.4.4	Zusammenfassende Bewertung der identifizierten Ansätze und Positionierung der vorliegenden Arbeit	63
2.5	Zwischenfazit: Ist-Situation und Ableitung des Forschungsbedarfs.....	65
3	Konzeption der Methodik.....	69
3.1	Anforderungen an die Methodik.....	69
3.1.1	Formale Anforderungen	70
3.1.2	Inhaltliche Anforderungen	70
3.2	Grundlagen zur wissenschaftlich-formalen Konzeption	74
3.2.1	Allgemeine Modellierungstheorie	74
3.2.2	Grundzüge der Systemtheorie und der Systemtechnik.....	76
3.3	Grundlagen zur theoretisch-inhaltlichen Konzeption	78
3.3.1	Prinzipal-Agent-Theorie	79
3.3.2	Gestaltansatz der Kontingenztheorie	82
3.3.3	Verfahren der Typisierung	84
3.3.4	Referenzmodellierung	87
3.3.5	Multikriterielle Entscheidungstheorie.....	88
3.4	Grobkonzept zur Gestaltung von Kooperationen zwischen Corporates und Start-ups	91

3.4.1	Beschreibung der Erfolgspotenziale und Kontextfaktoren der Kooperation	94
3.4.2	Charakterisierung der Kooperationsziele für Start-ups	96
3.4.3	Bestimmung der Unterstützungsmöglichkeiten in der Kooperation	97
3.4.4	Bestimmung spezifischer Kooperationstypen	99
3.4.5	Gestaltung der Kooperation zwischen Corporates und Start-ups..	100
3.5	Zwischenfazit: Grobkonzept einer Methodik zur Gestaltung von Kooperationen zwischen Corporates und Start-ups	102
4	Detaillierung der Methodik	105
4.1	Beschreibung der Erfolgspotenziale und Kontextfaktoren der Kooperation	107
4.1.1	Bestimmung der Erfolgspotenziale in Kooperationen	107
4.1.2	Beschreibung von Kontextfaktoren der Kooperation	120
4.1.3	Zusammenfassung der Erfolgspotenziale und Kontextfaktoren	130
4.1.4	Zwischenfazit: Erfolgspotenziale und Kontextfaktoren der Kooperation	131
4.2	Charakterisierung der Kooperationsziele für Start-ups.....	132
4.2.1	Beschreibung der Start-up-Lebenszyklusphasen	133
4.2.2	Strukturierung des Kooperationszielmodells	142
4.2.3	Ermittlung von Kooperationszielen.....	146
4.2.4	Zwischenfazit: Kooperationsziele von Start-ups	151
4.3	Bestimmung der Unterstützungsmöglichkeiten in der Kooperation	152
4.3.1	Bestimmung von Unterstützungsalternativen für das Start-up.....	154
4.3.2	Bestimmung der Unterstützungspräferenzen.....	159
4.3.3	Visualisierung der Entscheidungssituation.....	168

4.3.4	Zwischenfazit: Unterstützungsmöglichkeiten der Kooperation	171
4.4	Bestimmung spezifischer Kooperationstypen zwischen Corporates und Start-ups	172
4.4.1	Bildung von Kooperationstypen zwischen Corporates und Start-ups.....	173
4.4.2	Bestimmung relevanter Gestaltungsmerkmale.....	177
4.4.3	Beschreibung der Kooperationstypen.....	189
4.4.4	Zwischenfazit: Bestimmung von spezifischen Kooperationstypen.....	201
4.5	Gestaltung der Kooperation zwischen Corporates und Start-ups	202
4.5.1	Bestimmung und Gestaltung eines geeigneten Kooperationstypen.....	203
4.5.2	Ermittlung des Kooperationsunterstützungsfokus	221
4.5.3	Gestaltungsszenarien der Kooperation	225
4.5.4	Vorgehensweise zur Gestaltung der Kooperation	227
4.5.5	Zwischenfazit: Gestaltung von Kooperationen zwischen Corporates und Start-ups.....	229
4.6	Reflexion: Methodik zur Gestaltung von Kooperationen zwischen Corporates und Start-ups	230
5	Validierung und kritische Reflexion	233
5.1	Darstellung des Fallbeispiels	233
5.2	Anwendung der Methodik	234
5.2.1	Aufnahme der Erfolgspotenziale und Kontextfaktoren	235
5.2.2	Aufnahme der Kooperationsziele und Bestimmung der Unterstützungsmöglichkeiten	236
5.2.3	Kooperationstypgestaltung, Unterstützungsfokusermittlung und Gestaltungsempfehlung.....	239

5.3	Kritische Reflexion der Anwendungserfahrung	243
6	Zusammenfassung, Reflexion und Ausblick	247
7	Literaturverzeichnis.....	251
	Anhang	285
A.1	Kooperationsmotive von Corporates.....	285
A.2	Beschreibungscharakteristika des Kontextmodells.....	291
A.3	Charakterisierung von Kooperationszielen.....	296
A.4	Bestimmung spezifischer Kooperationstypen	320
A.5	Ermittlung des Kooperationsunterstützungsfokus	330
A.6	Validierung der Methodik	331
	Lebenslauf.....	335