

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XII
Tabellenverzeichnis	XIV
Abkürzungsverzeichnis	XV
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Ziele	1
1.2 Gang und Methodik der Untersuchung.....	6
2 Theoretische Grundlagen.....	9
2.1 Alternative Wege des Unternehmenswachstums	9
2.2 Externes Wachstum durch Mergers & Akquisitionen.....	11
2.2.1 Definition und Abgrenzung	11
2.2.2 Differenzierungsmerkmale	12
2.2.2.1 Wachstumsmotive	12
2.2.2.2 Wachstumsentscheidung	20
2.2.2.3 Wachstumsbereich und -richtung.....	22
2.2.2.4 Institutionalisierung.....	23
2.3 Externes Wachstum durch Unternehmenskooperationen.....	24
2.3.1 Definition und Abgrenzung.....	24
2.3.2 Differenzierungsmerkmale	25
2.3.2.1 Wachstumsmotive	25
2.3.2.2 Wachstumsentscheidung	29
2.3.2.3 Wachstumsbereich und -richtung.....	31
2.3.2.4 Institutionalisierung.....	32
2.4 Zwischenfazit.....	35

3	Entwicklung von Einflussfaktoren zur Entscheidung zwischen M&A und Kooperation als Wachstumsalternativen	38
3.1	Literaturstudie	38
3.2	Theoretische Fundierung potenzieller Einflussfaktoren.....	43
3.2.1	Theorien des strategischen Managements.....	45
3.2.2	Theorien der Mikroökonomik	50
3.2.3	Theorien der interorganisationalen Beziehungen.....	56
3.3	Identifikation und Systematisierung geeigneter Einflussfaktoren..	59
3.3.1	Interne Einflüsse.....	65
3.3.1.1	Ressourcenbedarf	65
3.3.1.2	Sozialkapital	69
3.3.1.3	Spezifische Fähigkeiten.....	72
3.3.1.4	Unternehmerische Flexibilität	75
3.3.2	Zwischenbetriebliche Einflüsse.....	77
3.3.2.1	Transaktionsspezifität.....	78
3.3.2.2	Verhaltensunsicherheit	84
3.3.2.3	Wissenstransfer und Lernen	87
3.3.3	Externe Einflüsse.....	91
3.3.3.1	Struktureller Wandel	92
3.3.3.2	Technologischer Wandel.....	93
3.3.3.3	Wissensintensität / -verteilung	94
3.3.3.4	Interdependenzen / Marktmacht.....	96
3.3.3.5	Institutionelle Zwänge	97
3.3.3.6	Regulierung	99
3.4	Entwicklung eines idealtypischen Einflussfaktoren-Sets.....	102
4	Entscheidungsunterstützung durch den Analytic Hierarchy Process / Analytic Network Process	105
4.1	Entscheidungstheoretische Einordnung.....	105
4.2	Grundlagen multikriterieller Entscheidungsverfahren	107
4.2.1	Definition und Abgrenzung.....	107

4.2.2	Eignungsprüfung verschiedener Verfahren.....	108
4.2.3	Anwendungsbeispiele im strategischen Kontext.....	115
4.3	Die Anwendung des Analytic Hierarchy Process zur Wahl der geeigneten externen Wachstumsstrategie	122
4.3.1	Grundlagen und axiomatische Fundierung	123
4.3.2	Problemdefinition und Bildung der Zielstruktur	125
4.3.3	Evaluationsmatrizen und Paarvergleiche	127
4.3.4	Berechnung der Gewichtungsfaktoren	130
4.3.5	Konsistenzprüfung der Ergebnisse	132
4.3.6	Sensitivitätsanalyse der Ergebnisse.....	134
4.3.7	Kritische Betrachtung.....	135
4.4	Der Analytic Network Process als methodische Erweiterung.....	138
4.5	Berücksichtigung multipersonaler Entscheidungen	145
4.6	Entwicklung des AHP/ANP-Entscheidungs-Tools	148
5	Fallstudie zur Anwendung des AHP/ANP-Entscheidungs-Tools ..	150
5.1	Charakterisierung der EXPAND AG.....	150
5.2	Die Anwendung des AHP/ANP-Entscheidungs-Tools	152
5.2.1	Problemdefinition und Bildung der Zielstruktur	152
5.2.2	Evaluationsmatrizen und Paarvergleiche	155
5.2.3	Gewichtungsfaktoren und Konsistenzprüfung	166
5.2.4	Sensitivitätsanalyse der Ergebnisse.....	176
5.3	Ergebnisanalyse und Handlungsempfehlungen.....	177
6	Zusammenfassung und Ausblick	186
6.1	Erklärungsgehalt der Untersuchung	186
6.2	Ausblick und weiterer Forschungsbedarf	190
	Anhang.....	192
	Literaturverzeichnis	208