

Reihe: Kleine und mittlere Unternehmen • Band 5

Herausgegeben von Prof. Dr. Jörn-Axel Meyer, Flensburg

**Prof. Dr. Jörn-Axel Meyer
Kevin Lorenzen**

Internationale Kooperationen von kleinen und mittleren Unternehmen

**Dargestellt am Beispiel deutsch-dänischer
Unternehmen**



JOSEF EUL VERLAG
Lohmar • Köln

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	III
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
1 Einführung und Zielsetzung der Untersuchung.....	1
2 Kleine und mittlere Unternehmen (KMU).....	5
2.1 Quantitative Abgrenzung kleiner und mittlerer Unternehmen....	6
2.2 Qualitative Abgrenzung kleiner und mittlerer Unternehmen. . . .	8
2.3 Bedeutung von kleinen und mittleren Unternehmen.....	10
3 Unternehmenskooperation.....	13
3.1 Historie und betriebswirtschaftliche Sichtweise.....	13
3.2 Zum Begriff der Kooperation.....	15
3.3 Theoretische Beiträge zur Erklärung von Kooperationen.	18
3.3.1 Transaktionskostentheorie.....	20
3.3.2 Netzwerksoziologische Theorien.....	22
3.3.3 Interorganisatorische Theorien.....	25
3.3.4 Gemeinsamkeiten zur Erklärung von Kooperationen.	27
3.4 Formen der Unternehmenskooperation.....	28
3.4.1 Vertikale Kooperation.....	29
3.4.2 Horizontale Kooperation.....	30
3.4.3 Diagonale Kooperation.....	30
3.4.4 Weitere Formen.....	31
4 Internationale Kooperation.....	33
4.1 Abgrenzung und Definition des Begriffes „Internationale Kooperation“.....	33
4.2 Motive und Ziele Internationaler Kooperationen.	34
4.3 Internationale Kooperationen kleiner und mittlerer Unter- nehmen.....	35
4.4 Internationale Kooperationen deutscher und dänischer KMU in der Grenzregion.....	39
4.5 Fazit.....	44
5 Erfolg und Erfolgsfaktoren Internationaler Kooperationen.	47
5.1 Zum Begriff Erfolg.....	47
5.2 Erfolgsfaktoren und Erfolgsfaktorenforschung.....	48

5.3	Erfolgsfaktoren von Kooperationen zwischen kleinen und mittleren Unternehmen - Empirische Ergebnisse der Literatur....	53
5.3.1	Erfolgsfaktoren von Kooperationen.....	54
5.3.1.1	Erfolgsfaktoren je nach Kooperationsbasis.....	54
5.3.1.2	Erfolgsfaktoren je nach Kooperationsform.....	55
5.3.2	Erfolgsfaktoren Internationaler Kooperationen.....	61
5.3.2.1	Erfolgsfaktoren je nach Kooperationsbasis.....	61
5.3.2.2	Erfolgsfaktoren je nach Kooperationsform.....	62
5.4	Fazit.....	68
6	Die Forschungsmethode Falstudie.....	71
6.1	Begriff und Abgrenzung.....	71
6.2	Varianten von Fallstudien.....	74
6.2.1	Überblick.....	74
6.2.2	Lehrfallstudien.....	74
6.2.3	Forschungsfallstudien.....	75
6.3	Erstellung von Fallstudien.....	77
6.4	Wahl des Designs der Empirie.....	79
7	Fallstudien.....	85
7.1	Fallstudien zu geplanten Kooperationen.....	85
7.1.1	BlueTel NOKIA Shop Flensburg GmbH (D).....	85
7.1.1.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	85
7.1.1.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	86
7.1.1.3	Fallstudienanalyse.....	90
7.1.2	Gesellschaft für Energie und Oekologie (GEO) (D).....	92
7.1.2.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	92
7.1.2.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	93
7.1.2.3	Fallstudienanalyse.....	96
7.1.3	Fründ & Dederichs Managementberatung GmbH (D).....	99
7.1.3.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	99
7.1.3.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	100
7.1.3.3	Fallstudienanalyse.....	103
7.1.4	Zwischenfazit: Geplante Kooperationen.....	105
7.2	Fallstudien zu bestehenden Kooperationen.....	108
7.2.1	Vitalhotel Alter Meierhof (D).....	108
7.2.1.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	108

7.2.1.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	109
7.2.1.3	Fallstudienanalyse.....	112
7.2.2	Kommunalmaschinen-Vertrieb GmbH (D).....	115
7.2.2.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	115
7.2.2.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	116
7.2.2.3	Fallstudienanalyse.....	119
7.2.3	Ein Handelsgeschäftes (D).....	122
7.2.3.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	122
7.2.3.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	122
7.2.3.3	Fallstudienanalyse.....	125
7.2.4	Johann Chr. Hansen Fleischgroßhandel Im- Export GmbH (D).....	127
7.2.4.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	127
7.2.4.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	128
7.2.4.3	Fallstudienanalyse.....	131
7.2.5	Otto Duborg GmbH & Co. KG (D).....	134
7.2.5.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	134
7.2.5.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	135
7.2.5.3	Fallstudienanalyse.....	139
7.2.6	Zwei Reitställe und Zuchtbetriebe (D/DK).....	141
7.2.6.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	141
7.2.6.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	142
7.2.6.3	Fallstudienanalyse.....	146
7.2.7	TV Syd (DK).....	148
7.2.7.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	148
7.2.7.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	149
7.2.7.3	Fallstudienanalyse.....	153
7.2.8	Ein Transportunternehmen.....	155
7.2.8.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	155
7.2.8.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	156
7.2.8.3	Fallstudienanalyse.....	159
7.2.9	Zwischenfazit: Bestehende Kooperationen.....	161

7.3	Fallstudien zu abgeschlossenen Kooperationen.....	164
7.3.1	Dänische Lebensmittel GmbH (D).....	164
7.3.1.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	164
7.3.1.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	165
7.3.1.3	Fallstudienanalyse.....	169
7.3.2	Ein Unternehmen der Baubranche (D).....	172
7.3.2.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	172
7.3.2.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	173
7.3.2.3	Fallstudienanalyse.....	176
7.3.3	Rudolf Schulze Grenzspedition GmbH (D).....	179
7.3.3.1	Vorstellung des Unternehmens und der Kooperation.....	179
7.3.3.2	Datenprotokoll der Erfolgsfaktoren.....	180
7.3.3.3	Fallstudienanalyse.....	183
7.3.4	Zwischenfazit: Abgeschlossene Kooperationen.....	185
8	Fazit.....	189
	Literaturverzeichnis.....	193
	Anhang.....	201