

Diplom-Volkswirt

Birger Nerre

**Die Bedeutung
regionaler Netzwerkstrukturen
in High-Tech Industrien**

Eine einführende Studie
am Beispiel der Biotechnologie

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	1
1.1 PROBLEMSTELLUNG UND ZIEL DER UNTERSUCHUNG.....	2
1.2 AUFBAU DER STUDIE.....	3
1.3 BEGRIFFLICHE ABGRENZUNGEN.....	5
DIE BIOTECHNOLOGIE ALS BEISPIEL FÜR EINE HIGH-TECH INDUSTRIE	9
2.1 BEGRIFFSABGRENZUNG UND DEFINITION VON „BIOTECHNOLOGIE“.....	10
2.2 HISTORIE DER WISSENSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG IN DER BIOTECHNOLOGIE.....	12
2.3 FORSCHUNGSGEBIETE DER BIOTECHNOLOGIE.....	15
2.4 INDUSTRIESTRUKTUR DER BIOTECHNOLOGIE.....	17
2.4.1 Allgemeine Charakteristika der Biotechnologie-Industrie.....	17
2.4.2 Biotechnologie in den USA.....	23
2.4.3 Biotechnologie in Deutschland.....	24
2.4.3.1 Die Rolle des Staates.....	28
2.4.3.2 Kurzporträts deutscher Biotech-Firmen.....	31
2.4.3.2.1 Die Hoechst AG.....	31
2.4.3.2.2 Die Trace Biotech AG.....	33
2.5 DIE ZUKUNFT DER BIOTECHNOLOGIE.....	36
2.6 ZWISCHENFAZIT 1.....	37

NETZWERKTHEORIEN ALS ERKLÄRUNGSANSÄTZE FÜR DIE STRUKTUR DER BIOTECHNOLOGIE-INDUSTRIE	39
3.1 BEGRIFFLICHE ABGRENZUNG VON NETZWERKEN.....	40
3.1.1 Allgemeine Definition des Begriffes „Netzwerk“.....	40
3.1.2 Klassifikation von Netzwerken.....	44
3.2 GRUNDLEGENDE ÜBERLEGUNGEN ZUR KOOPERATIONSBILDUNG.....	54
3.2.1 Das organisationspezifische Wettbewerbskalkül.....	55
3.2.2 Spieltheoretische Überlegungen.....	61
3.2.2.1 Das klassische Gefangenendilemma.....	62
3.2.2.2 Iteratives Gefangenendilemma und TIT-FOR-TAT..	65
3.2.3 Überleitung.....	71
3.3 FÜR DIE BIOTECHNOLOGIE RELEVANTE NETZWERK- THEORIEANSÄTZE.....	71
3.3.1 Der Transaktionskostenansatz.....	73
3.3.2 Der Resource Dependence-Ansatz.....	83
3.3.3 Interaktionsorientierter Netzwerkansatz.....	90
3.3.4 Zusammenfassender Überblick.....	96
3.4 ZWISCHENFAZIT II.....	98
 DIE BEDEUTUNG DER REGIONALEN KOMPONENTE	 101
4.1 DAS KONZEPT DES INNOVATIVEN MILIEUS.....	104
4.1.1 Grundlegendes zum innovativen Milieu.....	105
4.1.2 Das Konzept der „Regional Embeddedness“.....	107
4.1.3 Das innovative Milieu „at work“.....	110
4.1.4 Milieu-Transfer.....	113
4.1.5 Geographische Konzentration, kritische Masse und Reputation Tapping.....	115
4.1.6 Überleitung.....	117

4.2	VERTRAUEN ALS KENNZEICHNENDES ELEMENT EINES INNOVATIVEN MILIEUS.....	117
4.2.1	Soziologische Definition von „Vertrauen“.....	121
4.2.1.1	Definitionsvarianten.....	121
4.2.1.2	Vertrauensarten.....	123
4.2.1.3	Überleitung.....	125
4.2.2	Die Bedeutung von Face-to-Face-Kommunikation für die Bildung und Aufrechterhaltung von Vertrauen.....	126
4.2.3	Vertrauen als Ressource.....	131
4.2.4	Vertrauen als Mechanismus zur Einsparung von Transaktionskosten.....	135
4.2.5	Vertrauen - ein kurzes Resümee.....	138
4.3	ZWISCHENFAZIT III.....	139
5	WETTBEWERBSVORTEILE ALS ERGEBNIS REGIONALER NETZWERK-STRUKTUREN?.....	141
5.1	MÖGLICHE BEGRÜNDUNGEN EINES WETTBEWERBSVORTEILS.....	143
5.1.1	Der Resource-based View.....	143
5.1.2	Der Activity-based View.....	148
5.1.3	Der Structure-Conduct Ansatz.....	151
5.2	GEFAHREN FÜR DIE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT.....	155
5.3	STRATEGISCHE NETZWERKE UND REGIONALE NETZWERK- STRUKTUREN.....	158
5.4	EIN LETZTES ZWISCHENFAZIT (IV).....	161
6	SCHLUßBETRACHTUNG.....	163
	QUELLENVERZEICHNIS.....	165