

Martin Sprengseis

**Netzwerkbildung und -management als
Erfolgsfaktoren. Interorganisationale
Netzwerke**

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2009 GRIN Verlag
ISBN: 9783640440665

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/137528>

Martin Sprengseis

**Netzwerkbildung und -management als Erfolgsfaktoren.
Interorganisationale Netzwerke**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Latvian Academy of Culture

Lehrstuhl für Kulturosoziologie und Management

Netzwerkbildung und -management als Erfolgsfaktoren

Masterarbeit

aus dem Fach Unternehmensführung

Wien, Riga, Juli 2009

Mag. Martin Sprengseis

Kurzfassung

Diese Arbeit stellt den Versuch dar, aus vorherrschenden Meinungen und Studien im Bereich interorganisationale Netzwerke, die Erfolgsfaktoren zu analysieren.

Es werden zu Beginn Begriffe des Netzwerkes, des Managements von Netzwerken sowie die Netzwerkbildung erörtert. Eine tiefergreifende Analyse der unterschiedlichen Formen von Netzwerkbildung führt zum Themenkreis Netzwerkbildung und Netzwerkmanagement. Die abschließende Analyse, auf Basis der gewonnen Erkenntnisse und mit Bezugnahme auf aktuelle Studien, und der Vergleich der Erfolgsfaktoren im Netzwerkmanagement und der Netzwerkbildung, runden diese Arbeit ab.

Schlagwörter: Unternehmensnetzwerke, interorganisationale, strategische Netzwerke, Netzwerkbildung, Netzwerkmanagement, Erfolgsfaktorenanalyse,

Abstract

The current paper presents a trial to create an analysis about the hegemonic positions and studies in the field of the critical success factors in interorganizational networks.

Starting with the definitions of the terms network, management of networks and network creation, a deeper analysis of the different kinds of networks leads to the subjects of network creation and network management. In relation to the findings of the main part, including the opinion of current studies, an analysis and comparison of the critical success factors in network management and network creation are finalizing the work.

Keywords: company networks, interorganizational, strategic networks, network creation, network management, critical success factors analysis

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	2
Abstract	2
Inhaltsverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis.....	5
Vorwort	6
1 Überblick.....	7
2 Begriffsdefinitionen.....	8
2.1 Netzwerk	8
2.1.1 Netzwerktypen.....	11
2.2 Netzwerkbildung.....	14
2.2.1 Die drei Modelle der Netzwerkbildung.....	14
2.3 Netzwerkmanagement.....	21
2.4 Erfolgsfaktor	23
3 Die Gründe für Netzwerkbildung.....	25
3.1 Interne Gründe für Netzwerkbildung	25
3.1.1 Transaktionskostenansatz.....	26
3.1.2 Ressourcenansatz	31
3.2 Externe Gründe für Netzwerkbildung	36
3.2.1 Geänderte Kundenansprüche	37
3.2.2 Globalisierung.....	39
3.2.3 Informationstechnologie und grundlegende Vernetzung	40
3.3 Abschließende Begründung für das Bilden von Netzwerken.....	42
3.4 Weitere Ansätze für die Gründe von Netzwerkbildung.....	44
3.4.1 Neoklassischer Ansatz	44
3.4.2 Spieltheoretischer Ansatz.....	45
4 Arten von Netzwerke	47
4.1 Merkmale und Merkmalsausprägungen von Unternehmensnetzwerken	48
4.1.1 Internes Netzwerk.....	52
4.1.2 Stabiles Netzwerk	52

4.1.3	Dynamisches Netzwerk.....	54
4.2	Identität von Netzwerken und Ihre Beziehungen	54
4.2.1	Organisationale Kultur und die Einflüsse auf Netzwerke	55
4.2.2	Dyadische zwischenbetriebliche Beziehungen.....	57
4.3	Netzwerkfunktionen – die vier Dimensionen.....	59
4.3.1	Dimension der Austauschbeziehung	60
4.3.2	Governance Dimension	60
4.3.3	Soziale Dimension	61
4.3.4	Normativ - kulturelle Dimension.....	61
5	Netzwerkmanagement	63
5.1	Das Management von Spannungsverhältnissen.....	63
5.2	Das Verhältnis von Netzwerkmanagement und Netzwerkentwicklung.....	67
5.3	Anforderungen an erfolgreiches Netzwerkmanagement.....	68
5.3.1	Anforderungen in Wissens- und Industrienetzwerke.....	70
5.4	Kritische Einflussfaktoren der Netzwerkfähigkeit (mit IT – Bezug).....	72
5.5	Exkurs: praktische Untersuchung der Verbreitung von (strategischen) Netzwerken	76
6	Die Erfolgsfaktoren.....	78
6.1	Praxisorientierte Unternehmenssicht (auf Interviewbasis)	78
6.2	Praxisorientierte Unternehmenssicht (auf Modellbasis)	82
6.3	Praxisorientierte Unternehmenssicht (auf Fallstudienbasis)	86
6.3.1	Erfolgsfaktoren Kernkompetenz und Komplexitätsbewältigung	86
6.3.2	Erfolgsfaktor Auswahl des optimalen Netzwerk(partners)	88
6.4	Praxisorientierte Unternehmensvertretungssicht	89
7	Conclusio	92
8	Literaturverzeichnis.....	94
	Erklärung	100

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Netzwerke - Definitionen.....	11
Abbildung 2: Typisierungsmöglichkeiten interorganisationaler Netzwerkformen.....	13
Abbildung 3: 3 Stufen der Netzwerkbildung.....	15
Abbildung 4: Das Prozessmodell von Ring/Van de Ven (1994).....	18
Abbildung 5: Das Prozessmodell von Doz (1996).....	19
Abbildung 6: Funktionen des Netzwerkmanagements.....	22
Abbildung 7: Systematik von Unternehmenszielen.....	26
Abbildung 8: Transaktionskosten der Organisationsformen.....	27
Abbildung 9: Organisationsformen ökonomischer Aktivitäten.....	30
Abbildung 10: Ressourcenabhängigkeit und Machtverteilung im Netzwerk.....	35
Abbildung 11: Treiber und Aktionsmuster der Vernetzung.....	36
Abbildung 12: Netzwerke und Netzwerktypen.....	47
Abbildung 13: Typologie interorganisationaler Netzwerke.....	48
Abbildung 14: Strong ties, der Kern der Netzwerk-Organisation, umgeben von weak ties.....	58
Abbildung 15: Die Effektivität loser und enger zwischenbetrieblicher Beziehungen hinsichtlich möglicher Synergieeffekte.....	59
Abbildung 16: Management von Spannungsverhältnissen.....	64
Abbildung 17: Schichtenmodell des Handels - Reflexives Monitoring.....	66
Abbildung 18: Verhältnis von Netzwerkmanagement und Netzwerkentwicklung.....	67
Abbildung 19: Grundlegende Koordinationsziele des Netzwerkmanagements.....	70
Abbildung 20: Aufgaben für ein erfolgreiches Netzwerkmanagement am Beispiel des LKR....	71
Abbildung 21: Das Ephesos - Interaktionsmodell.....	83
Abbildung 22: Erfolgsfaktorenraaster (Erfüllungsgrad der Anforderungen).....	84
Abbildung 23: Synopse der Kernaussagen von Netzwerktheorien und Ansätzen.....	102

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklungsmodelle der Netzwerkorganisation im Überblick.....	20
Tabelle 2: Aufstellung relevanter markt- und unternehmensspezifischer Transaktionskosten.....	28
Tabelle 3: Vorteile von Unternehmensnetzwerken gegenüber Markt und Hierarchie.....	29
Tabelle 4: Merkmale und Ausprägung von Netzwerken.....	50
Tabelle 5: Differenzierungsmerkmale der Netzwerktypen.....	51
Tabelle 6: Beispiele für strategische Netzwerke.....	53
Tabelle 7: Erfolgsfaktorenraaster mit Erläuterung.....	85

Vorwort

„Relationships are one of the most valuable resources that a company possesses“¹

So einleuchtend der Kern dieses Satzes scheint, aber nicht die Firma besitzt die Netzwerke sondern die Menschen, die diese Organisation bilden. Das ist eine der wichtigsten Erkenntnisse die ich im Zuge dieser Arbeit über die Erfolgsfaktoren in Unternehmensnetzwerken erlangt habe.

Der Zugang zu einer theoretischen Auseinandersetzung mit dem Thema Netzwerke basierte auf Inhalte, welche im Zuge der Vorträge von Herrn Dipl. Kfm. Weigel sowie Herrn Prof. Nebel, angesprochen wurden. Diese förderten die Öffnung meiner zuvor eingeschränkten Sichtweise auf den praktischen Alltag in Unternehmen und dem dort vorherrschenden Beziehungsmanagement und schafften mir einen breiteren Zugang zu diesem Themenkreis.

Je spannender sich mir dieses Thema im Zuge der schrittweisen Erarbeitung der Inhalte darlegte, desto mehr bildete sich die Erkenntnis dass eine Arbeit mit diesem Titel in einem derart dynamischen und von unzähligen Einflüssen geprägten Forschungsfeld keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben kann. Dennoch ist es, so hoffe ich, gelungen dem Leser eine erweiterte Sichtweise für das Verständnis von Organisationsstruktur und sozialer Beziehungen mitzugeben mit dem Ziel, die an der laufenden Forschung angelehnte Erkenntnisse mit jenen der Praxis zu verbinden.

Schlussfolgernd kann man die Behauptung aufstellen, dass Netzworkebildung und –management die wesentlichen Erfolgsfaktoren für Unternehmen, die unter den heutigen Umweltbedingungen agieren, darstellen.

¹ (Hakonsons, 1987)