Edition KWV

Die „Edition KWV“ beinhaltet hochwertige Werke aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften. Alle Werke in der Reihe erschienen ursprünglich im Kölner Wissenschaftsverlag, dessen Programm Springer Gabler 2018 übernommen hat.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/16033>

Ingo Reinhardt

Eine neutrale Theorie der Wettbewerbsdominanz

Ingo Reinhardt
Wiesbaden, Deutschland

Bis 2018 erschien der Titel im Kölner Wissenschaftsverlag, Köln
Dissertation Universität zu Köln, 2007

Edition KVV

ISBN 978-3-658-24319-7

ISBN 978-3-658-24320-3 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-24320-3>

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

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2007, Nachdruck 2019

Ursprünglich erschienen bei Kölner Wissenschaftsverlag, Köln, 2007

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Geleitwort

Zentraler Gegenstand der strategischen Managementforschung ist die Erklärung der Erfolgsunterschiede zwischen Unternehmen. Als Ursache für den Erfolg bestimmter Unternehmen werden üblicher Weise Wettbewerbsvorteile identifiziert, die sich entweder in einer geschützten Marktposition oder einer einzigartigen Ressourcenausstattung begründen. Diese Kernlogik der Strategieforschung sieht sich jedoch in letzter Zeit einer zunehmenden und grundlegenden Kritik gegenüber. So identifizieren etwa Priem und Butler (2001) am Beispiel von Barneys (1991) Bezugsrahmen im gegenwärtig dominierenden ressourcenorientierten Ansatz eine rein tautologische Argumentation. Darüber hinaus argumentiert Powell (2001), dass sich die Kernthese, dass Wettbewerbsvorteile zu einem überlegenen wirtschaftlichen Erfolg führen, in ihrer aktuellen Form aussagekräftigen empirischen Überprüfungen entzieht. Diese und weitere Arbeiten stützen den Eindruck fundamentaler Probleme im gegenwärtigen Paradigma der strategischen Managementforschung.

Vor diesem Hintergrund ist es zunächst der Gegenstand der vorliegenden Arbeit, eine formale Begründung zu entwickeln, weshalb eine Erklärung von Erfolgsunterschieden in der aktuellen Argumentationslogik prinzipiell nicht möglich ist. Dazu zeigt der Verf. auf, dass eine „idealisierte Strategietheorie“ entweder widersprüchlich oder unvollständig ist. Genau hierauf zielen aber aktuelle Strategietheorien ab. Als Antwort auf diese grundsätzliche Kritik wird daher in Form einer neutralen Theorie der Wettbewerbsdominanz ein Gegenentwurf zum aktuellen Paradigma im strategischen Management eingeführt, in welchem Erfolgsunterschiede zwischen Unternehmen nicht auf unternehmensspezifische Merkmale zurückgeführt, sondern als das Resultat eines Prozesses begründet werden, durch den im Wettbewerb Erfolg auf Unternehmen verteilt wird. Charakteristisch für diesen „neutralen Ansatz“ ist dabei, dass dieser unternehmensspezifische Merkmale vollständig ignoriert und stattdessen alle Unternehmen derselben (Prozess-) Dynamik unterliegen. Die Verfolgung dieses neutralen Ansatzes im strategischen Management bedeutet somit eine grundsätzliche Abkehr von der aktuellen Fokussierung auf unternehmensspezifische Merkmale hin zu

der Aufdeckung zugrunde liegender Prozesse, durch die die Erfolgsverteilung zwischen Unternehmen gesteuert wird.

Die ambitionierte und höchst bemerkenswerte Zielsetzung der vorliegenden Arbeit ist es somit, einen richtungsweisenden Paradigmenwechsel in der strategischen Managementforschung zu begründen. Hiermit sprengt die Arbeit bei weitem den Rahmen einer üblichen Dissertation. Herr Reinhardt verfolgt bei diesem Vorhaben eine Linie konsequent logischer Argumentation und bewegt sich damit auf einer hohen Abstraktionsebene, was seine Beweisführung bestechend macht und gleichzeitig die Frage aufwirft, ob und inwieweit die kritisierten Strategiekonzepte tatsächlich als Theorien im strengen Sinne verstanden werden wollen oder eher als Technologien mit weniger präzisiertem theoretischen Anspruch, aber mit unmittelbarem Anwendungsbezug. In ähnlicher Weise stellt sich die Beurteilung der als Gegenentwurf präsentierten neutralen Theorie der Wettbewerbsdominanz dar. Die kategorische Gegenposition zum derzeitigen Stand der Forschung überzeugt durch ihre Originalität, die erstmalige Rezeption eines neuen paradigmatischen Ansatzes aus den Naturwissenschaften und durch die logisch konsequente, mathematisch stringente Übertragung auf den Bereich der Strategieforschung. Angesichts des radikalen Neuentwurfes ist dabei nicht überraschend, dass der Theorieentwurf noch wesentlich mehr Fragen aufwirft als er schon abschließend lösen kann.

Die vorliegende Arbeit ist durch ihre ambitionierte Zielsetzung, die konsequente und stringente, mutige Argumentation gegen das vorherrschende Paradigma in der strategischen Managementforschung und die höchst innovative Entwicklung eines paradigmatischen Gegenentwurfes für eine Dissertation höchst bemerkenswert. Die Arbeit ist wissenschaftlich äußerst anspruchsvoll und bietet ohne Zweifel eine konzeptionelle Referenz für die weitere Grundlagendiskussion in der strategischen Managementforschung. Ich wünsche ihr eine breite Rezeption und eine große Resonanz.

Werner Delfmann

Vorwort

Wettbewerb ist ein allgegenwärtiges Phänomen. Sportler kämpfen um Titel, Politiker streiten um die Gunst der Wähler und Unternehmen konkurrieren um knappe Ressourcen, um die Nachfrage der Kunden und nicht zuletzt um den insgesamt höchsten wirtschaftlichen Erfolg. Hieraus ergibt sich ein ganz natürliches Interesse an der Frage, weshalb sich einige Akteure im Wettbewerb durchsetzen, während anderen dies nicht gelingt. Der gegenwärtig dominierende Ansatz in der strategischen Managementforschung zur Erklärung des überlegenen wirtschaftlichen Erfolgs einiger Unternehmen basiert im Wesentlichen auf der Identifikation der Ursachen für die Wettbewerbsvorteile erfolgreicher Unternehmen. Beispiele umfassen die Fähigkeit zur schnellen Anpassung an sich ändernde Rahmenbedingungen oder den Besitz besonders wertvoller Ressourcen. Das auf dieser Kernlogik basierende aktuell führende Paradigma in der Strategieforschung schuldet seine Popularität in Wissenschaft und Praxis maßgeblich seiner Einfachheit und intuitiven Richtigkeit. Es entspricht dem gesunden Menschenverstand, dass die dominierenden Unternehmen auch über ausgeprägte Wettbewerbsvorteile verfügen, durch deren Aufdeckung sich ihr Erfolg erklären lässt.

Die vorliegende Arbeit ist entstanden aus einem grundsätzlichen Zweifel an der Eignung dieses Erklärungsansatzes. So verliert die aktuelle Begründungslogik zum einen schnell ihre ursprüngliche Attraktivität und Klarheit, wenn diese an allgemein akzeptierten Theoriekriterien gemessen wird. Zum anderen zeigt die nachfolgende Analyse, dass tatsächliche Erfolgsverteilungen zwischen konkurrierenden Unternehmen nicht mit der Existenz ausgeprägter nachhaltiger Wettbewerbsvorteile verträglich sind. Vor diesem Hintergrund wird hier mit dem neutralen Bezugsrahmen ein Analyseansatz zur Untersuchung der Erfolgsunterschiede zwischen Unternehmen vorgeschlagen, der konzeptionell wie methodisch ein potentiell reichhaltiges neues Feld eröffnet. Die Kernidee des neutralen Ansatzes besteht darin, aus der Gestalt der Erfolgsverteilung zwischen konkurrierenden Unternehmen Rückschlüsse auf die Struktur des zugrunde liegenden Wettbewerbs, wie etwa die Nachhaltigkeit von Wettbewerbsvorteilen

oder die Stärke von Wettbewerbsbeschränkungen, zu gewinnen. Diese Arbeit ist dabei ein erster Schritt zur Entwicklung eines neutralen Paradigmas in der Strategieforschung. Für die weitere Etablierung dieses Ansatzes bedarf es jedoch breiterer Unterstützung. Daher möchte ich jeden ermutigen, sich an diesem spannenden Forschungsprogramm zu beteiligen.

Die Entstehung dieser Arbeit wäre ohne die breite Unterstützung einer Vielzahl von Personen nicht möglich gewesen. An erster Stelle gilt daher mein besonderer Dank meinem Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, für die Möglichkeit zur Anfertigung dieser Arbeit sowie die vielen kontroversen Diskussionen auf dem Weg zu deren Fertigstellung. Weiterhin danke ich Herrn Prof. Dr. Mark Ebers für die Übernahme des Korreferats.

Furthermore, I would like to thank Prof. Thomas Powell for two exciting month at Oxford and most of all for the numerous discussions on strategy in general and the neutral perspective in particular.

Einen ganz wesentlichen Anteil am Gelingen der Arbeit hatten die Mitarbeiter am Seminar für Unternehmensführung und Logistik, die für eine ganz einzigartige Atmosphäre am Lehrstuhl sorgten. Dies gilt in besonderem Maße für meine Kollegen Dr. Sascha Albers, Björn Götsch, Dr. Caroline Heuermann, Vera Kimmeskamp, Anne Paul und Dr. Jens Rühle. Einen speziellen Dank richte ich an meinen Kollegen Dr. Kai Krause für den sportlichen Ausgleich in Form der vielen morgendlichen und ganztägigen Trainingseinheiten, ohne die ich in Frankfurt weder an den Start gegangen, geschweige denn ins Ziel gekommen wäre. Die vielen Diskussionen mit Priv.-Doz. Dr. Markus Reihlen — meist zwischen Tür und Angel — haben mein wissenschaftliches Weltbild in besonderer Weise geprägt. Heike Kirch und Hilde Reuter danke ich für die administrative Unterstützung sowie die Durchsicht dieser Arbeit. Bei den studentischen Hilfskräften am Lehrstuhl bedanke ich mich für die Abwicklung der Literaturlogistik. Hervorheben möchte ich hier Christian Ehmke für seine Hilfe bei der Programmierung der Datenbank für die empirische Untersuchung.

Schließlich gilt mein ganz besonderer Dank meiner Freundin Sabine, die mich in jeder Phase der Arbeit maßgeblich unterstützt hat. Meiner Schwester Kristina danke ich insbesondere für die Durchsicht dieser Arbeit. Meinen Eltern gilt der größte Dank, da sie insgesamt den größten Einfluss auf mich und damit auch diese Arbeit hatten. Ihnen widme ich daher diese Arbeit.

Ingo Reinhardt

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	1
1.2. Gang der Untersuchung	7
2. Strategisches Management in der gegenwärtigen Diskussion	10
2.1. Begriffliche und thematische Einordnung	12
2.1.1. Der Strategiebegriff	12
2.1.2. Ausrichtungen in der strategischen Managementforschung	17
2.1.2.1. Strategieinhalt	17
2.1.2.2. Strategieprozess	18
2.1.3. Untersuchungsebenen im strategischen Management . .	20
2.1.3.1. Gesamtunternehmensebene	20
2.1.3.2. Geschäftsbereichsebene	20
2.1.4. Der wirtschaftliche Erfolg von Unternehmen	21
2.2. Perspektiven in der strategischen Managementforschung	26
2.2.1. Die Anfänge: Business Policy	27
2.2.2. Der industrieökonomische Ansatz	32
2.2.2.1. Das Structure-Conduct-Performance-Modell . .	33
2.2.2.2. Strategische Gruppen	36
2.2.2.3. PORTERS Strategieansatz	38
2.2.2.4. Wettbewerbsdynamik	42
2.2.2.5. Zwischenfazit zum industrieökonomischen Ansatz	44
2.2.3. Der ressourcenorientierte Ansatz	44
2.2.3.1. Theoretische Wurzeln	45
2.2.3.2. Frühe Entwicklungen	49
2.2.3.3. Terminologie und zentrale Annahmen	52
2.2.3.4. Der VRIO-Bezugsrahmen von BARNEY	57
2.2.3.5. Der Bezugsrahmen von PETERAF	64
2.2.3.6. Aktuelle Entwicklungsrichtungen	68
2.2.3.7. Zwischenfazit zum ressourcenorientierten Ansatz	77

2.2.4.	Der Einfluss der Österreichischen Schule	78
2.2.5.	Weitere Einflüsse	80
2.2.5.1.	Die Transaktionskostentheorie	81
2.2.5.2.	Der Neoinstitutionalismus	84
2.3.	Empirische Forschung im strategischen Management	85
2.3.1.	Methodik	86
2.3.2.	Empirische Befunde	88
2.3.2.1.	Determinanten von Erfolgsunterschieden	89
2.3.2.2.	Nachhaltigkeit von Erfolgsunterschieden	96
2.3.2.3.	Quellen (nachhaltiger) Wettbewerbsvorteile	97
2.3.2.4.	Gesamteindruck der empirischen Befunde	99
2.4.	Zusammenfassung: der harte Kern	100
3.	Die Krise der aktuellen Strategieforschung	106
3.1.	Theorieverständnis	107
3.1.1.	Das allgemeine Theorieverständnis in den empirischen Wissenschaften	108
3.1.2.	Wissenschaftstheoretische Überlegungen im strategischen Managementfeld	109
3.1.2.1.	Leitlinien für die Theorieentwicklung im strate- gischen Management von MONTGOMERY <i>et al.</i>	109
3.1.2.2.	Die konstruktivistische Kritik	116
3.1.3.	Der Bezugsrahmen von BACHARACH	118
3.1.4.	Die Theoriekriterien von HUNT	123
3.1.5.	Zwischenfazit	127
3.2.	Konzeptionelle Kritik in der aktuellen Diskussion	127
3.2.1.	Kritik am industrieökonomischen Ansatz	128
3.2.2.	MARCH / SUTTON und des Kaisers neue Kleider	130
3.2.3.	Kritik am ressourcenorientierten Ansatz	133
3.2.3.1.	COLLIS und der unendliche Regress	134
3.2.3.2.	BOWMAN / AMBROSINI und die Bestimmung des Ressourcenwertes	135
3.2.3.3.	PRIEM / BUTLER und die Tautologie im res- sourcenorientierten Ansatz	136
3.2.3.4.	BROMILEY / FLEMING und inkonsistente Grun- dannahmen im ressourcenorientierten Ansatz	143
3.2.3.5.	FOSS / KNUDSEN und notwendige Bedingungen für nachhaltige Wettbewerbsvorteile	145

3.2.3.6.	LADO <i>et al.</i> und Paradoxa im ressourcenorientierten Ansatz	150
3.2.3.7.	Zwischenfazit zur Kritik am ressourcenorientierten Ansatz	154
3.2.4.	POWELL und die Logik der Kernargumentation	156
3.2.5.	Fazit	161
3.3.	Ein grundsätzliches Problem der gegenwärtigen Strategieforschung	164
3.3.1.	Die idealisierte Strategietheorie	166
3.3.1.1.	Mindestanforderungen an die Struktur einer Strategietheorie	166
3.3.1.2.	Überlegener wirtschaftlicher Erfolg	171
3.3.1.3.	Definition der IST	176
3.3.2.	Widersprüchlichkeit oder Unvollständigkeit einer IST	178
3.3.3.	Bedeutung für die gegenwärtige Strategieforschung	183
3.3.3.1.	Der industrieökonomische Ansatz als IST	184
3.3.3.2.	Der ressourcenorientierte Ansatz als IST	185
3.3.4.	Bezug zu spezifischen Problemfeldern in der aktuellen Diskussion	187
3.3.4.1.	Unendlicher Regress	187
3.3.4.2.	Tautologische Aussagen	188
3.3.4.3.	Exogene Determination	188
3.4.	Perspektiven für die strategische Managementforschung	189
4.	Auf dem Weg zu einer neutralen Theorie strategischen Managements	193
4.1.	Datenbasis und stilisierte Fakten	200
4.1.1.	Datenbasis	200
4.1.2.	Entwicklung und Verteilung von Umsatz, Gewinn und Erfolgskennzahlen	201
4.1.3.	Erfolgsverteilungen in Branchen	206
4.2.	Grundlagen einer neutralen Theorie der Wettbewerbsdominanz	212
4.2.1.	Der Ansatz einer neutralen Theorie in der strategischen Managementforschung	212
4.2.2.	Das Konzept der Wettbewerbsdominanz	216
4.2.2.1.	Null-Modelle für Erfolgsverteilungen	217
4.2.2.2.	Empirie der Null-Modelle	222
4.2.2.3.	Messung der Wettbewerbsdominanz	223
4.2.2.4.	Definition der Wettbewerbsdominanz	226
4.3.	Verteilungen und zugrunde liegende Prozesse	227
4.3.1.	Pareto-Verteilung und Gibrats Gesetz	228

4.3.2.	Fishers logarithmische Verteilung	234
4.3.3.	Stilisierter Vergleich der Verteilungen	236
4.4.	Das Beispiel der Siegverteilungen in Branchen	238
4.4.1.	Identifikation der Wettbewerbsdominanz in Branchen	239
4.4.2.	Anpassung der Pareto-Verteilung	243
4.4.3.	Der einfache Fisher-Prozess	248
4.4.4.	Fisher-Prozess bei einem kontinuierlichen Verfall strate- gischer Ressourcen	256
4.4.5.	Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse	262
4.5.	Bezugsrahmen für einen neutralen Ansatz in der Strategieforschung	265
4.5.1.	Die Struktur von Erfolgsverteilungen	269
4.5.1.1.	Verteilungen und zugrunde liegende Wettbewerb- sprozesse	269
4.5.1.2.	Parameter	274
4.5.2.	Einflussfaktoren auf den Wettbewerbsprozess	275
4.5.3.	Zur Gestaltung von Erfolgsverteilungen	279
4.5.3.1.	Regulatorische Perspektive	279
4.5.3.2.	Unternehmensperspektive	281
4.6.	Plädoyer für eine neutrale Theorie strategischen Managements	284
5.	Schlussbemerkungen	287
A.	Empirische Siegverteilungen	290
B.	Simulation des Fisher-Prozesses	294
C.	Anpassung des Fisher-Prozesses	296
	Literaturverzeichnis	299

Abbildungsverzeichnis

2.1. Bewusste und emergente Strategien	19
2.2. Schwingen des Pendels zwischen interner und externer Perspektive	26
2.3. Ansoff-Matrix	29
2.4. Die SWOT-Analyse	30
2.5. Structure-Conduct-Performance-Modell	34
2.6. Das Five-Forces-Modell	40
2.7. Generische Wettbewerbsstrategien	41
2.8. Grundlegendes Akteur-Reakteur-Paradigma	42
2.9. Ricardo-Renten	48
2.10. Definitionen des Ressourcenbegriffs in der Literatur	53
2.11. BARNEYS Bezugsrahmen	59
2.12. Isolationsmechanismen	62
2.13. PETERAFs Bezugsrahmen	65
2.14. Die Kernargumentation in der strategischen Managementforschung	100
2.15. Kernargumentation im industrieökonomischen Ansatz	101
2.16. Kernargumentation im ressourcenorientierten Ansatz	102
3.1. Komponenten einer Theorie	120
3.2. Die Kernargumentation in der strategischen Managementforschung	177
3.3. Teilmengen von X	180
3.4. Teilmengen von X im Fall von Wettbewerbsvorteilen als notwen- dige Erfolgsbedingung	183
3.5. Kernargumentation im industrieökonomischen Ansatz	184
3.6. Kernargumentation im ressourcenorientierten Ansatz	185
4.1. Größenverteilung der 100 größten US-amerikanischen Unterneh- men im Jahr 2004	196
4.2. Durchschnittsumsätze der <i>Fortune 500</i> von 1955 bis 2005 . . .	203
4.3. Durchschnittsgewinne der <i>Fortune 500</i> von 1955 bis 2005 . . .	204

4.4. Durchschnittlicher wirtschaftlicher Erfolg der <i>Fortune 500</i> von 1955 bis 2005	205
4.5. Umsatzverteilung innerhalb der <i>Fortune 500</i> im Jahr 2004 . . .	206
4.6. Gewinnverteilung innerhalb der <i>Fortune 500</i> im Jahr 2004 . . .	207
4.7. Erfolgsverteilungen innerhalb der <i>Fortune 500</i> im Jahr 2004 . .	208
4.8. Erfolgsverteilungen innerhalb eines Jahres am Beispiel von vier Branchen aus dem Jahr 2004	209
4.9. Siegvteilungen in der Branche <i>Aerospace</i> im Zeitintervall von 1980 bis 2004	210
4.10. Durchschnittliche Siegvteilungen in den 20 untersuchten Branchen	211
4.11. Durchschnittliche Siegvteilung unter stochastischer Parität mit $N=5$ und $T=20$	218
4.12. Siegvteilung unter Pareto-Parität mit $N=5$ und $T=20$	220
4.13. Stilisierter Vergleich von Pareto-Verteilung und Fishers logarithmischer Verteilung	237
4.14. Gemittelte empirische Siegvteilung im Vergleich zum Modell der stochastischen Parität	240
4.15. Durchschnittliche Abweichungen zwischen der Pareto-Verteilung und empirischen Siegvteilungen	246
4.16. Zeitfenster mit $T = 25$	249
4.17. Erwartete Siegvteilungen für unterschiedliche ν -Werte	251
4.18. Vergleich der gemittelten Abweichungen von Fisher-Prozess und Pareto-Verteilung gegenüber empirischen Siegvteilungen . . .	253
4.19. Erwartete Siegvteilungen für $\nu = 0, 2$ bei unterschiedlichen γ -Werten	257
4.20. Durchschnittliche Anpassung in Abhängigkeit von γ	258
4.21. Vergleich der Kernargumentation im aktuell dominierenden und im neutralen Ansatz	266
4.22. Bezugsrahmen für eine neutrale Theorie der Wettbewerbsdominanz	267
4.23. Potentielle Einflussfaktoren auf Erfolgsverteilungen	277
A.1. Siegvteilung auf Basis der Umsatzrendite (ROS) in 20 Branchen im Zeitraum von 1980 bis 2004	291
A.2. Siegvteilung auf Basis der Gesamtkapitalrendite (ROA) in 20 Branchen im Zeitraum von 1980 bis 2004	292
A.3. Siegvteilung auf Basis der Eigenkapitalrendite (ROE) in 20 Branchen im Zeitraum von 1980 bis 2004	293

Tabellenverzeichnis

2.1. Ausgewählte Strategiedefinitionen (Teil 1)	15
2.2. Ausgewählte Strategiedefinitionen (Teil 2)	16
2.3. Erfolgsmaße in empirischen Studien	24
2.4. Übertragung der ressourcenorientierten Argumentationslogik .	72
2.5. Vergleich des industrieökonomischen Ansatzes mit der Österrei- chischen Schule	80
2.6. Ergebnisse empirischer Untersuchungen der Determinanten von Erfolgsunterschieden (Teil 1)	91
2.7. Ergebnisse empirischer Untersuchungen der Determinanten von Erfolgsunterschieden (Teil 2)	92
2.8. Ergebnisse empirischer Tests des ressourcenorientierten Ansatzes	98
2.9. Überblick über die Kernelemente von Strategieansätzen	104
3.1. Realismus und Konstruktivismus im Vergleich	118
3.2. Kriterien zur Bewertung von Theorien	121
3.4. Kritikpunkte am ressourcenorientierten Ansatz in der Literatur	155
4.1. Untersuchte Branchen	202
4.2. Bestimmung der Wettbewerbsdominanz: Herfindahl-Index und Entropie-Maß	242
4.3. Anpassung der Pareto-Verteilung an empirische Siegverteilungen	244
4.4. Anpassung des Modells der stochastischen Parität und der Pareto- Verteilung in einzelnen Branchen	247
4.5. Vergleich zwischen der Anpassung des Fisher-Prozesses und der Pareto-Verteilung	252
4.6. ν -Werte beim einfachen Fisher-Prozess in einzelnen Branchen .	255
4.7. Anpassung in Abhängigkeit vom Diskontierungsfaktor γ in ein- zelnen Branchen für den ROS	260
4.8. Anzahl bester Anpassungen in Abhängigkeit von γ	261
4.9. Korrelationen	262

4.10. Ansatzpunkte für die Bestimmung der Erfolgsstruktur	271
C.1. Anpassung in Abhängigkeit vom Diskontierungsfaktor γ in einzelnen Branchen für den ROA	297
C.2. Anpassung in Abhängigkeit vom Diskontierungsfaktor γ in einzelnen Branchen für den ROE	298

Abkürzungsverzeichnis

ANOVA	Analysis of variance
BCG	Boston Consulting Group
bzw.	beziehungsweise
COV	Components of variance
DGK	Durchschnittliche Gesamtkosten
e.g.	exempli gratia
et al.	et alii
f.	folgende
ff.	fortfolgende
FTC	U.S. Federal Trade Commission
GK	Grenzkosten
Hrsg.	Herausgeber
IST	idealisierte Strategietheorie
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NV	nicht vorhanden
PIMS	Profit Impact of Market Strategy
RBV	Resource-based view
ROA	Return on Asset
ROE	Return on Equity
ROI	Return on Investment
ROS	Return on Sales

S.	Seite
SCA	Sustainable competitive advantage
SCP	Structure-Conduct-Performance
SSE	Sum of squares due to errors
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
U.S.	United States
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
VRIO	Value, Rareness, Imitation, Organization
z.B.	zum Beispiel