

## Geleitwort

Seit Anfang der 80er Jahre ist eine starke Zunahme an Strategischen Unternehmenskooperationen in der Wirtschaftspraxis zu beobachten. Als Auslöser für die zunehmende Bedeutung dieser Organisationsform wird vor allem die Intensivierung des Wettbewerbs genannt. Im Ergebnis lösen sich die traditionellen Unternehmensgrenzen immer mehr in Richtung zwischenbetrieblicher Kooperationen auf, so daß die Leistungserstellung zu einem immer geringeren Teil im Innenbereich der Unternehmung erfolgt. Der wachsenden Popularität von Unternehmenskooperationen stehen allerdings zum Teil hohe Mißerfolgsquoten in der Praxis gegenüber. Hierdurch werden Kooperationen als Instrument der strategischen Unternehmensführung zwar nicht gänzlich in Frage gestellt, Probleme des adäquaten Kooperationsmanagements rücken aber in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses.

Die wachsende Zahl von Unternehmenskooperationen in der Wirtschaftspraxis hat dazu geführt, daß sich auch die Wissenschaft verstärkt diesem Phänomen zuwendet, so daß heute eine fast unüberschaubare Fülle von Veröffentlichungen zu diesem Themenbereich vorliegt. Trotz der Vielzahl der Publikationen ist der bisherige Erkenntnisstand zur Kooperationsforschung unbefriedigend, da bisher primär die Frage nach den Gründen für die Entscheidung für eine Kooperation anstelle einer anderen Organisationsform im Mittelpunkt der Betrachtung steht. Theoretisch fundierte empirische Untersuchungen zum Management und Erfolg von Strategischen Kooperationen sind absolute Mangelware.

Thomas Mellewigt setzt mit seiner Habilitationsschrift an dieser Stelle an. Ziel der Untersuchung ist es, einen Beitrag zur Erklärung des Managements und Erfolges Strategischer Kooperationen in der Telekommunikationsbranche zu leisten. Als theoretischen Bezugsrahmen wählt er den ressourcenbasierten Ansatz (Resource-based View). Obwohl es sich hierbei um einen für die Kooperationsforschung besonders vielversprechenden Ansatz handelt, ist sowohl seine theoretische als auch seine empirische Anwendung auf das Gebiet der zwischenbetrieblichen Kooperation national wie international defizitär.

Insgesamt wurden auf der Basis des Resource-based View 17 Hypothesen abgeleitet und anhand einer großzahligen Stichprobe in der deutschen Telekommunikationsbranche empirisch überprüft. Der Verfasser kann dabei eine Vielzahl hochinteressanter Befunde vorlegen. Drei dieser Ergebnisse sollen hier kurz erwähnt werden: Erstens zeigt der Autor, daß die Ausstattung eines Unternehmens mit strategischen Ressourcen einen positiven Einfluß auf die Anzahl der Kooperationen hat. Hier wird die „Ironie Strategischer Kooperationen“ ersichtlich, nach der Unternehmen Ressourcen brauchen,

um Ressourcen zu bekommen. Zweitens ergibt die Untersuchung, daß mit zunehmendem Ausmaß an wissensbasierten Ressourcen die Wahrscheinlichkeit steigt, eine eigenkapitalbasierte Kooperationsform zu wählen und zudem das Ausmaß an Steuerung und Kontrolle steigt. Drittens erweist sich entgegen der sonst in der Kooperationsliteratur unterstellten ausschließlich positiven Wirkung eines großen Partner Fits, daß der Schutz der eigenen Ressourcen um so geringer ist, je ähnlicher sich die Partner sind.

Thomas Mellewig legt damit eine Arbeit vor, die zweifelsohne als sehr innovativ eingestuft werden kann. Der Transfer des ressourcenbasierten Ansatzes als abstrakte Theorie auf das Management und den Erfolg von Strategischen Kooperationen in der Telekommunikationsbranche als konkrete Fragestellung sowie die daran anknüpfende Ableitung von empirisch gehaltvollen Hypothesen beweisen ein hohes Maß an wissenschaftlicher Kreativität. Daß diese Kreativität auch produktiv ist, zeigt sich u. a. darin, daß ein nicht unerheblicher Teil der generierten Hypothesen einer empirischen Überprüfung standgehalten hat. Nicht unerwähnt sollte bleiben, daß die Habilitationsschrift von Thomas Mellewig sein schon bisher beachtliches wissenschaftliches Gesamtwerk in beeindruckender Weise ergänzt. Die Arbeit leistet damit ganz in der Tradition der „Beiträge zur betriebswirtschaftlichen Forschung“ einen bedeutsamen wissenschaftlichen Beitrag. Ich wünsche dem Buch sowohl in der Wissenschaft als auch in der Unternehmenspraxis eine weite Verbreitung.

Univ.-Prof. Dr. Rolf Bronner