

MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

I. Ort und Zeit

Semester: Frühjahrssemester 2025

Credit Points: 5

Zeit: Mo., 13:45-16:00 Uhr

Raum: MAD 126

II. Veranstaltungsinhalte und Ziele

Nur wenn es für das Marktgeschehen grundlegende Institutionen (wie z.B. Eigentums- und Vertragsrecht) gibt, können Märkte entstehen. Die Auseinandersetzung mit diesen grundlegenden Institutionen bilden das Fundament für diese Veranstaltung. Aufbauend darauf findet eine Fokussierung auf zwischenbetriebliche Formen der Zusammenarbeit (marktmacht- und effizienzorientierte Kooperationsformen) sowie die Unternehmensgrenzen statt. Die Vorlesung/Fallstudienübung vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Organisation der wettbewerblichen Rahmenbedingungen und nationaler sowie internationaler zwischenbetrieblicher Beziehungen. Die Studierenden lernen die theoretischen und praktischen Grundlagen im Hinblick auf die zwischenbetriebliche Organisationsgestaltung kennen und sollen anknüpfend daran, nationale und internationale Kooperationsaktivitäten beurteilen bzw. gestalten können. Um das zu erreichen, werden theoretisch fundierte Aspekte der unternehmensübergreifenden Organisation diskutiert und anhand von Fallbeispielen angewendet.

III. Teilnahmevoraussetzung: keine

IV. Kursverlauf:

Grundlagen zu Strategischen Kooperationen und Unternehmensgrenzen (10., 17. & 24. März 2025):

Einführung in die Thematik

Überblick über die Fallstudienmethodik & Einteilung in Gruppen zur Fallbearbeitung

Was bedeuten Strategie und Organisation im Kontext dieser Veranstaltung?

Weshalb kooperieren Unternehmen?

Warum und wie verschwimmen Unternehmensgrenzen?

Institutionenökonomische Grundlagen im Überblick

Literatur:

Brandenburger, A. & Nalebuff, B.: The Rules of Competition, in: Harvard Business Review, Jan.-Feb. 2021: 3-11.

Hoang, H. & Rothaermel, F. T.: How to Manage Alliances Strategically – Why do so many strategy alliances underperform and what can companies do about it? In: MIT Sloan Management Review, Fall 2016: 69-76.

Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M. & Royer, S.: Organisation – Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel, 2020, Kapitel 1 & 2.

Picot, A., Reichwald, R., Wigand, R. T., Mösllein, K. M., Neuburger, R. & Neyer, A-K.: Die grenzenlose Unternehmung – Information, Organisation & Führung, 6., vollständig neu bearbeitete Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler, 2020, Kapitel 1, 4, 5, 6, 7.

Organisation wettbewerblicher Rahmenbedingungen (31. März & 07. April 2025)

Aktive vs. Passive Wettbewerbspolitik

Regulierung vs. Deregulierung

Verstaatlichung vs. Privatisierung

Mini Case #01: Privatisierung von Gefängnissen - Effizienzsteigerung oder Unmöglichkeit?



MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

Literatur:

- Bamberger, K. A. & Lobel, O.: Platform Market Power, in: Berkeley Technology Law Journal 32, 2017: 1051-1092.
- Constantinides, P., Henfridsson, O. & Parker, G.G.: Introduction—Platforms and Infrastructures in the Digital Age, in: Information Systems Research 29 (2), 2018: 381-400.
- Dietl, H. M. & Royer, S.: Unternehmenszusammenschlüsse, in: Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling, 4. Aufl., hrsg. v. H.-U. Küpper und A. Wagenhofer, Stuttgart (Schäffer-Poeschel), 2002: 686-693.
- Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M. & Royer, S.: Organisation – Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel, 2020, Kapitel 3 und Abschnitt 4.1 sowie Kapitel 6.
- Schuchardt, L. D., Hoffjan, A. & Finger, H.: Strategisches Regulierungsmanagement in der anreizregulierten Netzwirtschaft, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (zbf) 67 (2), 2015: 70-101.

Keine Veranstaltung am 14. April (EUF Osterferien) & 21. April (Ostermontag)

Die Organisation zwischenbetrieblicher Beziehungen (28. April & 05., 12. & 19. Mai 2025)

Marktmachtorientierte Kooperationsformen: Kartelle

Zwischen Wettbewerbsvorteilen und Marktmacht: Plattformbasierte Geschäftsmodelle

Aus der Praxis des Managements von Mergers and Acquisitions:

Gastvortrag von Sandra Mau, HGDF Familienholding GmbH & Co. KG, Flensburg (28. April 2025)

Einfache effizienzorientierte Kooperationsformen im Überblick: Lizenzierung, Joint Venture, Konsortium, Kapitalbeteiligung, Langfristige Lieferverträge mit Dual Sourcing Option

Aus der Praxis der Joint Venture Gründung und des Beteiligungsmanagements:

Gastvortrag von Luisa Kärcher, Assistentin des Vorstands & Till Mitzinger, Leitung Projekt- und Portfoliomangement, Team Gruppe (12. Mai 2025)

Mini Case #02: Make-or-Buy-Entscheidungen von Pepsi-Cola

Komplexere effizienzorientierte Kooperationsformen im Überblick: Genossenschaften, Franchising, dynamische Netzwerke, Kooperative Wertschöpfungsarchitekturen

Mini Case #03: Franchising in den europäischen Reparatur- und Servicemärkten für Automobile

Literatur:

- Dietl, H. M., Royer, S. & Stratmann, U.: Value Creation Architectures and Competitive Advantage: Lessons from the European Automobile Industry, in: California Management Review 51 (3), 2009: 24-48.
- Grant, R. M.: Moderne strategische Unternehmensführung. Konzepte, Analysen und Techniken, Weinheim: Wiley, 2014, Kapitel 15.
- Kumar, R.: Managing Ambiguity in Strategic Alliances, in: California Management Review 56 (4), 2014: 82-102.
- Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M. & Royer, S.: Organisation – Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel, 2020, Abschnitt 4.2.
- Royer, S., Seeba, H.-G. & Stratmann, U.: Mehrmarken-Franchisesysteme in europäischen Wartungs- und Reparaturmärkten für Pkw - Eine effizienzorientierte und strategische Analyse, in: Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft (ZfaW) Vol. 12, Nr. 1, 2009: 6-12.
- Xue, J., Yuan, H. & Geng, Z.: Impacts of Classic Transaction Cost-related Factors on Partner's Cooperative and Opportunistic Behaviour in Joint Ventures, in: Journal of Business & Industrial Marketing 33 (7), 2018: 883-895.



MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

Intensive Auseinandersetzung mit verschiedenen Fallstudien zum Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen & Abschluss des Themas zur Organisation zwischenbetrieblicher Beziehungen (26.05. bis 16.06.2025):

Langfallstudie A: Cruise in Crisis: Navigating the Autonomous Vehicle Industry, Yvey Publishing, National University of Singapore, 2024 (26. Mai 2025)

Langfallstudie B: VFlow Tech: Storing Clean Energy, HKU Business School & ACEC Asia Research Centre, 2022 (02. Juni 2025)

Langfallstudie C: An Uncommon Alliance: Unilever's 'The Vegetarian Butcher' Meets Singapore's 'The Social Kitchen', SMU Singapore Management University, 2023 (16. Juni 2025)

Keine Veranstaltung am 9. Juni (Pfingstmontag)

Abschließende Reflektion (16. Juni 2025, nach der letzten Langfallstudiendiskussion)

Lessons learnt & Schlussfolgerungen

Evaluierung & Feedbackrunde

Veranstaltungsabschluss

V. Modulzugehörigkeit & Benotung:

Die Veranstaltung »Management Strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen (MIM S2 02)« bildet ein Modul im Schwerpunkt Strategy & Organisation im Masterstudiengang International Management Studies. In der kombinierten Vorlesung und Fallstudienübung geht es um die Vermittlung eines grundlegenden Verständnisses zu Unternehmenskooperationen und Unternehmensgrenzen. Dazu findet eine kritische Auseinandersetzung mit dem theoretischen Fundament der Neuen Institutionenökonomik statt und es erfolgt die Vertiefung und Anwendung der gelernten Konzepte und Denkmustern auf reale oder realitätsnahe Fälle aus der Unternehmenswelt.

Die Prüfung im Modul besteht aus der aktiven Teilnahme an den Diskussionen zu den Mini-Cases und den Langfallstudien, die sich in der Abgabe einer individuellen Ausarbeitung dazu niederschlägt (schriftl. Ausarbeitung von 5–10 Seiten) sowie der Erstellung einer Fallstudienpräsentation (Präsentation mit Diskussionsleitung für 90 Min. als Teil einer Gruppe). Für das Modul werden 5 CP vergeben und die Prüfungsleistungen gehen folgendermaßen in die Bewertung ein:

- Fallstudienbearbeitung als Gruppenarbeit (**50%**):
 - ✓ Präsentation einer Fallstudie im Unterricht sowie Leitung und Moderation der dazugehörigen Diskussion (90 Min.)
 - ✓ Hochladen der erstellten Präsentation auf Moodle am Tag der jeweiligen Präsentation.
- Individuelle Ausarbeitung zu den diskutierten Fällen (**50%**):
 - ✓ Erwartet wird die aktive Diskussionsteilnahme bei allen Fallstudiendiskussionen, einzureichen ist eine schriftliche Ausarbeitung zu den Lessons learned aus allen diskutierten Fällen, i.e. den Mini-Cases und Langfallstudien (Umfang: 5-10 Seiten mit Times New Roman 12 pt, 1,5-facher Zeilenabstand), die bewertet wird.
 - ✓ Die Ausarbeitung soll Antworten auf folgende Fragen geben: Wie können institutionenökonomische Überlegungen bei der Gestaltung von wettbewerblichen Rahmenbedingungen und Kooperationen zum Einsatz kommen? Welchen Nutzen kann



MIM S2 02: Management strategischer Kooperationen & Unternehmensgrenzen

man daraus ziehen und welche Grenzen einer theoriegeleiteten Auseinandersetzung werden deutlich? Bitte begründen Sie Ihre Überlegungen und illustrieren Sie sie konkret für die in dieser Veranstaltung diskutierten Mini-Cases und Langfallstudien

- ✓ Bitte begründen Sie Ihre Antworten und stellen Sie in Ihrem Text konkrete Bezüge zu den Veranstaltungsmaterialien her, d.h. bitte verweisen Sie konkret auf relevante Folien, genutzte Literatur sowie die diskutierten Fallstudien, wo möglich bitte mit Angabe der Seitenzahl.
- ✓ **Abgabe 04.07.2025**

VI. Kontakt

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Homepage: www.uni-flensburg.de/strategie. Es gibt eine **Moodle3 Gruppe** für diesen Kurs, bitte melden Sie sich dort an, um Zugang zu den Kursmaterialien zu bekommen. Bei weiteren Fragen wenden Sie sich gern an das SIM-Team. Diese Veranstaltung hält Frau Prof. Dr. Susanne Royer (royer@uni-flensburg.de).

