

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Verzeichnis der Abbildungen.....	XIII
Verzeichnis der Tabellen.....	XV
Verzeichnis erwähnter Fallbeispiele.....	XVI
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
<b>0. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Wissenschaftliche und praktische Sichtweisen auf Kooperation.....</b>	<b>6</b>
1.1. Kooperation als wissenschaftliches Thema.....	6
1.1.1. Kooperation in der Betriebswirtschaftslehre.....	6
1.1.2. Kooperation aus wettbewerbstheoretischer Sicht.....	14
1.1.3. Kooperation aus kartellrechtlicher Sicht.....	15
1.1.4. Kooperation in der Wirtschaftsinformatik.....	18
1.2. IS-basierte Kooperation als Thema praktischer Diskurse.....	19
1.2.1. Orientierungsphase.....	21
1.2.2. Analyse des Kooperationsbedarfs.....	23
1.2.3. Bewertung der Kooperationsattraktivität.....	23
1.2.4. Profilierung potentieller Kooperationspartner.....	23
1.2.5. Entwicklung einer gemeinsamen Kooperationsstrategie.....	24
1.2.6. Gestaltungsentscheidungen.....	24
1.2.7. Konfiguration der Kooperation.....	24
1.2.8. Operative Phase.....	24
1.3. IS-basierte Kooperation im Diskursprozeß.....	25
<b>2. Konstituierender Bezugsrahmen für IS-basierte Kooperationen.....</b>	<b>28</b>
2.1. Kooperation als Mehr-Ebenen-Phänomen.....	28
2.2. Klassifikationskriterien für Kooperationen.....	32
2.3. Konstituierende Merkmale.....	39

2.3.1. Strategiepotentiale konstituiert durch Informationssysteme .....	39
2.3.1.1. Koordination und Integration .....	40
2.3.1.2. Kommunikation .....	40
2.3.1.3. Standardisierung .....	40
2.3.1.4. Normierung .....	41
2.3.1.5. Optimierung .....	41
2.3.1.6. Ressourcenfunktion von IS .....	41
2.3.1.7. Organisationales Lernen .....	42
2.3.2. Strategie für "strategisch zentrierte" Unternehmungen .....	43
2.3.2.1. Hebelkooperationen .....	44
2.3.2.2. Entlastungs- und Komplementärkooperationen .....	44
2.3.2.3. Identifikation von Kernkompetenzen als Voraussetzung zur "strategischen Zentrierung" .....	46
2.3.3. Kooperation zur Erweiterung des Einflßbereichs der Unternehmung: das Konzept der virtuellen Größe .....	48
2.3.4. Kooperationen: Hybride bezüglich Transaktionsinhalt, sozialer Einbettung und Koordinationsform .....	53
2.3.4.1. Hybrider Transaktionsinhalt und soziale Einbettung .....	53
2.3.4.2. Hybride Koordinationsmechanismen .....	57
2.3.5. Entscheidungsautonomie der Kooperationspartner .....	62
2.3.6. Langfristigkeit der Interessen .....	63
2.3.7. Dialektisches Verhältnis zum Kooperationspartner .....	65
2.3.8. Beherrschbares Risiko .....	67

<b>3. Ein Fallbeispiel: EUROSELECT .....</b>	<b>70</b>
3.1. Das Umfeld: der europäische Lebensmittelgroßhandel als Markt .....	70
3.2. Entwicklung von EUROSELECT .....	72
3.2.1. Ursprung von EUROSELECT .....	72
3.2.2. Geschäftsidee .....	73
3.2.3. PRODEC: Das Informationssystem als Basis .....	74
3.2.4. Organisationsstruktur des EUROSELECT-Netzwerkes .....	75
3.2.5. Anreize und Risiken .....	78
3.3. Ausblick: Antwort auf Veränderungen und Herausforderungen im Umfeld .....	82
3.4. Folgerungen aus dem Fallbeispiel .....	83

<b>4. Erklärungsansätze auf Kooperation</b> .....	86
4.1. Der ressourcenbasierte Ansatz: eine neue Sicht auf die Strategieformulierung.....	87
4.1.1. Ressourcen als Quellen von Wettbewerbsvorteilen.....	87
4.1.2. IS-basierte Kooperation als Ressource.....	92
4.1.3. Kooperation als Strategie für Ressourcenzugang und Ressourcenbildung: die "virtuelle Ressourcenbasis".....	98
4.1.4. Wissen als spezifische Ressource.....	101
4.2. Das Wertkettenkonzept.....	104
4.2.1. Grundmodell einer Wertkette.....	104
4.2.2. Potentiale von Informationssystemen in der Wertkette.....	108
4.2.3. Anwendung des Wertkettenkonzeptes auf Kooperationen.....	110
4.3. Der Netzwerkansatz.....	116
4.3.1. Beiträge des Netzwerkansatzes.....	116
4.3.2. Morphologische Dimensionen für Kooperationen.....	119
4.3.3. Interaktionsdimensionen für Kooperationen.....	123
4.4. Der entscheidungsorientierte Ansatz.....	125
4.5. Résumé: Beiträge der Ansätze.....	132
<b>5. Kooperation und Informationssysteme: Strategiegestaltung im Wechselspiel</b> .....	133
5.1. Zum Verhältnis zwischen Kooperation und Informationssystemen.....	134
5.2. Zur besonderen Rolle von Information in Kooperationen.....	137
5.2.1. Informationssysteme als Vehikel für Ressourcenakkumulation.....	137
5.2.2. Zur Beziehung zwischen Information und Kooperationsinteresse.....	140
5.3. Rollenmodelle für Kooperations-Informationssysteme (KIS) in Kooperationen.....	143
5.3.1. Das Konzept der Kooperations-Informationssysteme (KIS).....	143
5.3.2. Kooperations-Management-Systeme (KMS).....	145
5.3.3. Kooperations-Durchführungs-Systeme (KDS).....	148
5.3.4. Kooperations-fokussierte Systeme (KFS).....	153
5.3.5. Transformation von KIS-Rollenmodellen im Lebenszyklus von Kooperationen.....	158
5.4. Gestaltungsoptionen für KIS.....	163

5.5. Zur Bedeutung externer Dienstleister für die Nutzung von KIS-Potentialen: Outsourcing für IS-basierte Kooperationen .....	166
---	-----

<b>6. Ausrichtung der Unternehmungsstrategie auf IS-basierte Kooperation .....</b>	<b>173</b>
6.1. Kooperation als Mehrebenen-Strategie .....	174
6.1.1. Ein Mehrebenen-Modell für Kooperationsstrategien .....	175
6.1.2. Überprüfung und Herstellung des "Fit" .....	178
6.2. Kooperation im Raster klassischer Basisstrategien .....	182
6.2.1. Kooperation als Quasi-Integration .....	183
6.2.2. Kooperation als Desintegration .....	184
6.2.3. Diversifikation .....	184
6.2.4. Kostenführerschaft .....	185
6.2.5. Differenzierung .....	186
6.2.6. Fokussierung .....	188
6.2.7. Sonderfall: Prävention .....	189
6.3. Das Verhältnis zwischen Kooperation und Wettbewerb .....	190
6.4. Integration von Kooperation in die strategische Planung .....	195
6.4.1. Der integrierte Ansatz der strategischen Planung nach Hax und Majluf ..	196
6.4.2. Mission der Unternehmung .....	201
6.4.3. Vision der Unternehmung ("Vision of the Firm") .....	203
6.4.4. Unternehmungsstrategie .....	206
6.4.5. Geschäftsfeldstrategie .....	209
6.4.6. Funktionale Strategie .....	214
6.5. Zur organisatorischen Gestaltung von Kooperationen .....	216
6.6. Erfolgsfaktoren und Stolpersteine bei Kooperationen: Herausforderungen für das Management .....	222
<b>7. Résumé und Ausblick .....</b>	<b>225</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>229</b>

## Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1:	Das Spannungsfeld von Kooperation und Informationssystem-Technologie.....	2
Abb. 2:	Struktur des Management-Diskurses.....	21
Abb. 3:	Ebenenschichtung des Phänomens Kooperation.....	29
Abb. 4:	Aggregationsstufen der Kooperation im Leistungserstellungsprozeß.....	31
Abb. 5:	Ansatzpunkte für Kooperationen zur Verbesserung der Wettbewerbsposition.....	38
Abb. 6:	Topologie des EUROSELECT-Netzwerkes.....	77
Abb. 7:	Wirkungsnetz von Kooperationen am Beispiel EUROSELECT.....	80
Abb. 8:	Das Grundmodell der Wertkette nach Porter.....	107
Abb. 9:	Informationssysteme im erweiterten Wertkettenmodell.....	109
Abb. 10:	Wertschöpfungsnetz von EUROSELECT durch Verknüpfung der Wertketten der EUROSELECT-Kooperationspartner.....	111
Abb. 11:	Beziehung zwischen Kooperationsintensität und Erfolgsfaktorfunktion des Informationssystems.....	135
Abb. 12:	Virtuelle Ressourcenbasis durch IS-Kopplung.....	139
Abb. 13:	Kooperationskurven und Kooperationsinteresse.....	141
Abb. 14:	Realprozesse in der Systemfertigung - Lieferbeziehungen.....	151
Abb. 15:	Koordinierung der Systemfertigung einer Armaturentafel durch ein verteiltes KDS.....	151
Abb. 16:	Kooperation zwischen verschiedenen Funktionen für die Just-In-Time-Montage-Kooperation.....	152
Abb. 17:	Informations- und Nachrichtenfluß im EUROSELECT-Netzwerk.....	158
Abb. 18:	Transformationsmuster von KIS.....	159
Abb. 19:	Kombinationen von Intensitäten der IS- und Prozeßkopplung.....	162
Abb. 20:	Schichtenmodell eines Informationssystems.....	163
Abb. 21:	Alternative Modelle für KIS-Implementierung.....	164

Abb. 22:	KIS als Bestandteil der operativen Systeme der Kooperationspartner oder als eigenständiges System? .....	166
Abb. 23:	Verteilungsszenarien für KIS .....	167
Abb. 24:	IS-basierte Kooperation: ein Strategieprofil .....	174
Abb. 25:	Kooperation als relationale Mehr-Ebenen-Strategie .....	176
Abb. 26:	Dimensionen des "Fit" .....	178
Abb. 27:	Ansatzpunkte für Kooperationen für Diversifikation und Expansion .....	185
Abb. 28:	Differenzierung von Kooperationen nach Produkt-Markt-Kombinationen .....	191
Abb. 29:	Kooperationsstrategie und Informationssystemstrategie als parallele Planungsobjekte im Prozeß der strategischen Planung .....	198

## Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1:	Struktur der Arbeit.....	5
Tab. 2:	Kooperationsrelevante Aspekte in der Betriebswirtschaftslehre und Aspekte aus der Genossenschaftstheorie mit Kooperationsbezug.....	11
Tab. 3:	Modell zur Planung IS-basierter Kooperationen.....	26
Tab. 4:	Literaturübersicht - Klassifikationsansätze für Kooperationen.....	32
Tab. 5:	Formen von Kooperationen - Vorschläge für Klassifikationsmerkmale.....	35
Tab. 6:	Gründe für Kooperationen.....	36
Tab. 7:	Zwei Konzepte der Unternehmung im Vergleich: Strategische Geschäftseinheit (SGE) und Kernkompetenz.....	47
Tab. 8:	Interpretation konstituierender Merkmale IS-basierter Kooperationen anhand des Fallbeispiels EUROSELECT.....	85
Tab. 9:	Lösungsbeiträge der vorgestellten Ansätze.....	132
Tab. 10:	Kooperations-Management-Systeme und ihre kooperationsspezifischen Anforderungen.....	147
Tab. 11:	Kooperations-Durchführungs-Systeme und ihre kooperationsspezifischen Anforderungen.....	149
Tab. 12:	Kooperations-Fokussierte Systeme und ihre kooperationsspezifischen Anforderungen.....	156
Tab. 13:	Organisatorische Anlagerung der KIS.....	167
Tab. 14:	Kooperation und Informationssysteme im Integrativen Planungsmodell.....	200
Tab. 15:	Kooperation in der Mission der Unternehmung.....	202
Tab. 16:	Kooperation und IS in der Vision der Unternehmung.....	204
Tab. 17:	Kooperation und IS in der Unternehmungsstrategie.....	208
Tab. 18:	Kooperation und IS in der Geschäftsfeldstrategie.....	213
Tab. 19:	Gründe für Eigenständigkeit von Kooperationen.....	217
Tab. 20:	Erfolgsfaktoren für das Kooperationsmanagement.....	223

## Verzeichnis erwähnter Fallbeispiele

Allegis.....	155
American Airlines.....	43, 154, 160, 205
Bacardi Rum.....	189
EUROSELECT.....	43, Kap. 3., 93, 97, 111, 121, 138, 155, 157, 160, 161, 162, 177, 179, 192, 219
Gartenbedarfsversand.....	68
Havana Club.....	189
Hotel- und Autovermietung.....	160
Investmentbank.....	188
Kinney Wall Coverings.....	187
Lufthansa.....	42
MUSIK.....	153
Ocean Spray Cranberries.....	129
Philadelphia National Bank.....	82
Rosenbluth International Alliance.....	156, 205
Systemlieferung von Armaturentafeln.....	189
United Airlines.....	42