

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	7
Abbildungsverzeichnis.....	9
ABSCHNITT I: EINLEITUNG.....	19
1. PROBLEMSTELLUNG.....	19
1.1. <i>Problemhintergrund in der Praxis</i>	19
1.2. <i>Problembehandlung in der Theorie</i>	23
2. FORSCHUNGSMETHODIK.....	25
2.1. <i>Grundlegende Annahmen</i>	25
2.2. <i>Forschungsziel und -ansatz</i>	28
2.3. <i>Struktur</i>	29
3. DEFINITION ZENTRALER FORSCHUNGSSUBJEKTE.....	31
3.1. <i>Kooperationsnetzwerke</i>	32
3.1.1. <i>Multimedia-Kooperationen</i>	32
3.1.2. <i>Kooperationsnetzwerke</i>	38
3.2. <i>Branchenkonvergenz</i>	43
3.2.1. <i>Konvergenz als Zusammenwachsen von Branchen</i>	43
3.2.2. <i>Auslösefaktoren multimedialer Konvergenzprozesse</i>	46
3.2.2.1. <i>Steigerung der Datenverarbeitungskapazitäten</i>	46
3.2.2.2. <i>Veränderung der Rahmenbedingungen</i>	49
3.2.3. <i>Multimedia als entstehende Konvergenzbranche</i>	49
3.2.4. <i>Entstehung neuer multimedialer Plattformen und Anwendungen</i>	55
3.2.4.1. <i>Plattformen</i>	55
3.2.4.2. <i>Anwendungen</i>	57
3.2.5. <i>Einfluß von Konvergenz auf traditionelle Wertschöpfungsketten</i>	61
3.2.5.1. <i>Konvergenz als Chance und Risiko für "incumbents"</i>	61
3.2.5.2. <i>Förderung zunehmender Grenzerträge durch Konvergenz</i>	67
ABSCHNITT II: THEORIEMODELL.....	70
1. ENTSTEHUNGSMOTIVATION STRATEGISCHER KOOPERATIONSNETZE.....	70
1.1. <i>Kontingenzfaktoren der Kooperationsentstehung</i>	70
1.1.1. <i>Veränderung von Kompetenzerfordernissen und Ertragsquellen</i>	75
1.1.2. <i>Veränderung einer kognitiven Branchenwahrnehmung</i>	78
1.1.3. <i>Erschließung strategischer Optionen unter Unsicherheit</i>	80
1.1.4. <i>Zunehmende Innovationsgeschwindigkeit</i>	85
1.2. <i>Motive für Unternehmenskooperationen in der Multimediaindustrie</i>	86
1.2.1. <i>Senkung von Transaktionskosten</i>	87
1.2.1.1. <i>Netzwerke aus Sicht des Transaktionskostenansatzes</i>	87
1.2.1.2. <i>Bedeutung für Multimedia-Kooperationen</i>	91
1.2.2. <i>Poolen interdependenter Kernkompetenzen</i>	94

1.2.3. Experimentieren mit einer Zukunftsoption	98
1.2.4. Flexibilisierung einer Konzernorganisation	101
1.2.5. Erringung von Marktmacht zur Durchsetzung von Standards ...	103
1.3. Theoretische Konstrukte.....	105
2. EVOLUTION VON KOOPERATIONSNETZEN	107
2.1. Traditionelle Evolutionsmodelle	107
2.1.1. Lorange/Roos	108
2.1.2. Larson	109
2.1.3. Van de Ven/Walker	111
2.1.4. Teramoto/Richter/Iwasaki	112
2.1.5. Büchel/Prange/Probst/Rüling	113
2.1.6. Lorenzoni/Ornati	115
2.1.7. Evaluation der Modelle	116
2.2. Trichtermodell der Netzwerkevolution.....	119
2.2.1. Phase eins: "Trial and Error" im Kooperationsgeflecht	122
2.2.2. Phase zwei: Netzbildung durch Koop. dezentraler Teams	123
2.2.3. Phase drei: Entstehung eines Zwiebschalennetzes	126
2.2.4. Phase vier: Reevaluation und Zerfall	132
2.3. Theoretische Konstrukte.....	133
3. STRATEGISCHES MANAGEMENT IM KOOPERATIONSNETZWERK	135
3.1. Individuelle Netzwerkstrategien.....	136
3.1.1. Kompetenzen als Determinanten der strat. Ausgangslage	137
3.1.1.1. Hersteller von Netzinfrastruktur	137
3.1.1.2. Computer-Hard- und Softwareunternehmen	138
3.1.1.3. Inhalteanbieter	139
3.1.1.4. Netzbetreiber.....	141
3.1.1.5. Endgeräte-Produzenten	142
3.1.1.6. Synthese	142
3.1.2. Netzwerkposition.....	143
3.1.2.1. Netzführerschaft durch fokale Positionierung.....	144
3.1.2.2. Anpassung durch periphere Positionierung	147
3.1.3. Individueller Machtstatus	148
3.2. Kollektive Netzwerkstrategien.....	153
3.2.1. Entstehung kollektiver Strategien als "Gefangenendilemma" ...	153
3.2.2. Definition einer kollektiven Netzwerkvision	161
3.2.2.1. Visionen als langfristige Zukunftsbilder	161
3.2.2.2. Einfluß dominanter kognitiver Schemata	163
3.2.3. Standardsetzung durch kollektive Netzwerkstrategien	167
3.2.3.1. Gesetzgeber- und Gremien-Standards	167
3.2.3.2. Machtbasierte Standards	168
3.2.3.3. Trojanische Pferde.....	170
3.3. Theoretische Konstrukte.....	174
4. MANAGEMENT VON INTERAKTIONSKONFLIKTEN	176
4.1. Interaktionsmanagement als Konfliktmanagement.....	177

4.2. <i>Konfliktursachen</i>	179
4.2.1. Strukturelle Inkompatibilität von Konzernen und "Start ups" ...	181
4.2.2. Inkompatibilität von Branchenkulturen.....	184
4.3. <i>Konfliktverminderung und -prävention</i>	187
4.3.1. Schnittstellenstrukturen	187
4.3.2. Akkulturation.....	190
4.4. <i>Theoretische Konstrukte</i>	195
ABSCHNITT III: EMPIRISCHE STUDIE	196
1. FORSCHUNGSPROZESS	196
1.1. <i>Forschungsmotiv (Warum?)</i>	196
1.2. <i>Forschungsmethode (Was?)</i>	198
1.2.1. Fallstudien als Forschungsmethode.....	198
1.2.2. Grenzen der Methode	200
1.3. <i>Forschungsvorgehen (Wie?)</i>	203
1.3.1. Auswahl der Fallstudien	203
1.3.2. Datengewinnung.....	208
1.3.3. Datenauswertung	210
1.4. <i>Bewertung der Datenqualität</i>	212
1.4.1. Externe Validität.....	212
1.4.2. Interne Validität.....	213
1.4.3. Konstruktvalidität	213
1.4.4. Verlässlichkeit	215
2. KURZPORTRAIT FALLSTUDIEN	216
2.1. BERTELSMANN	216
2.1.1. Unternehmenshintergrund	216
2.1.2. Beschreibung Netzwerk	218
2.2. TCI	221
2.2.1. Unternehmenshintergrund	221
2.2.2. Beschreibung Netzwerk	221
2.3. SONY	223
2.3.1. Unternehmenshintergrund	223
2.3.2. Beschreibung Netzwerk	224
3. FALLSTUDIENERGEBNISSE	226
3.1. <i>Entstehung von Netzwerken als Reaktion auf neue Anforderungen</i> ..	226
3.1.1. BERTELSMANN	227
3.1.2. TCI.....	230
3.1.3. SONY	233
3.1.4. Diskussion	238
3.2. <i>Evolution von Kooperationsnetzen</i>	241
3.2.1. BERTELSMANN	241
3.2.2. TCI.....	247
3.2.3. SONY	253
3.2.4. Diskussion	261

3.3. <i>Strategisches Management im Kooperationsnetz</i>	263
3.3.1. BERTELSMANN	263
3.3.1.1. Individuelle Netzwerkstrategien	263
3.3.1.2. Kollektive Netzwerkstrategien	266
3.3.2. TCI	269
3.3.2.1. Individuelle Netzwerkstrategien	269
3.3.2.2. Kollektive Netzwerkstrategien	271
3.3.3. SONY	273
3.3.3.1. Individuelle Netzwerkstrategien	273
3.3.3.2. Kollektive Netzwerkstrategien	275
3.3.4. Diskussion	277
3.3.4.1. Individuelle Netzwerkstrategien	277
3.3.4.2. Kollektive Netzwerkstrategien	279
3.4. <i>Management von Interaktionskonflikten</i>	281
3.4.1. BERTELSMANN	281
3.4.2. TCI	284
3.4.3. SONY	287
3.4.4. Diskussion	289
ABSCHNITT IV: ERGEBNISSE UND IMPLIKATIONEN	291
1. THEORIE	291
1.1. <i>Forschungsfragestellung und –methodik</i>	291
1.2. <i>Entstehungsmotivation</i>	294
1.3. <i>Evolution</i>	295
1.4. <i>Strategieentwicklung</i>	297
1.5. <i>Management von Interaktionskonflikten</i>	299
2. MANAGEMENTPRAXIS	300
ABSCHNITT V: QUELLENVERZEICHNIS	303
1. QUELLENÜBERSICHT	303
2. LITERATURVERZEICHNIS (AUßER FALLSTUDIENTEIL)	304
3. FALLSTUDIENQUELLEN	344
3.1. <i>Interviews</i>	344
3.2. <i>Unternehmensdokumente (Web-Seiten, Firmenzeitschriften etc.)</i>	347
3.3. <i>Filmische Quellen und Reden</i>	348
3.4. <i>Online Quellen</i>	348
3.5. <i>Publizierte Quellen (Presseartikel, Bücher etc.)</i>	348
ABSCHNITT VI: ANHANG	353
1. INTERVIEW BASISFRAGEBOGEN	353
2. HOMEPAGES DER UNTERSUCHTEN KOOPERATIONSNETZWERKE	358
2.1. <i>Premiere</i>	358
2.2. <i>Sony</i>	358
2.3. <i>@Home Network</i>	359