

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	1
1.1	PROBLEMSTELLUNG	1
1.2	ZIELSETZUNG	1
1.3	AUFBAU DER ARBEIT	2
2	GRUNDLAGEN	3
2.1	MERKMALE	3
2.2	BEGRIFFLICHE ABGRENZUNG	5
2.3	ERKLÄRUNGSANSÄTZE FÜR DAS ENTSTEHEN UND DIE GESTALT VON VIRTUELLEN UNTERNEHMEN	7
2.3.1	<i>Fördernde Faktoren</i>	7
2.3.2	<i>Hemmende Faktoren</i>	10
3	EMPIRISCHE BELEGE FÜR DIE VIRTUALISIERUNG	14
3.1	TYPLOGIE	14
3.1.1	<i>Träger der Leitungsfunktion</i>	15
3.1.2	<i>Auftreten der Leitungstypen</i>	18
3.2	AUSGEWÄHLTE WIRTSCHAFTSZWEIGE	19
3.2.1	<i>Informationstechnik</i>	19
3.2.1.1	Beispiel „The virtual Company“	20
3.2.1.2	Tendenzen	20
3.2.2	<i>Textil, insbesondere Sportartikel</i>	22
3.2.2.1	Beispiel PUMA	22
3.2.2.2	Tendenzen	25
3.2.3	<i>Automobile</i>	28
3.2.3.1	Beispiel Micro Compact Car	28
3.2.3.2	Tendenzen	31
3.2.4	<i>Personalvermittlung</i>	32
3.2.4.1	Beispiel NEWPLAN	32
3.2.4.2	Tendenzen	34
3.2.5	<i>Werbewirtschaft</i>	35
3.2.5.1	Beispiel White Lion International	35
3.2.5.2	Tendenzen	36
3.3	FAZIT	36

4	STANDARDS ALS RAHMENBEDINGUNGEN FÜR VU	39
4.1	WICHTIGE STANDARDS FÜR VU.....	39
4.1.1	<i>Kommunikationsstandards</i>	40
4.1.2	<i>Daten(austausch)standards</i>	41
4.1.2.1	Standardisierte Austauschformate.....	41
4.1.2.2	Formale Spezifikationssprachen.....	42
4.1.2.3	Branchenstandards.....	42
4.1.2.4	Rahmen für Standards.....	44
4.1.3	<i>Anwendungs(system)standards</i>	45
4.2	AUSWEGE BEI NOCH MANGELNDER STANDARDISIERUNG.....	47
5	IV-ARCHITEKTUR IM VU	52
5.1	DREI STUFEN DER IV-KOPPLUNG.....	52
5.2	BASISBAUSTEINE FÜR KOMMUNIKATION, KOOPERATION UND KOORDINATION.....	54
5.3	IDEALTYPISCHES MODELL.....	62
6	MÖGLICHKEITEN DER IV IM LEBENSZYKLUS EINES VU	64
6.1	IDENTIFIKATIONSPHASE.....	65
6.2	ANBAHNUNGSPHASE.....	66
6.2.1	<i>Erstellen des Anforderungsprofils</i>	66
6.2.2	<i>Partnersuche und -bewertung</i>	66
6.2.2.1	Identifikation geeigneter Partner.....	67
6.2.2.2	Kontaktaufnahme mit potentiellen Partnern.....	81
6.2.3	<i>Partnerauswahl</i>	82
6.2.3.1	Erzeugen alternativer Zuordnungen.....	82
6.2.3.2	Zuweisen der Aufgaben.....	82
6.3	VEREINBARUNGSPHASE.....	83
6.4	OPERATIVE PHASE.....	85
6.4.1	<i>Forschung und Entwicklung</i>	85
6.4.2	<i>Marketing und Vertrieb</i>	91
6.4.3	<i>Beschaffung und Lagerhaltung</i>	93
6.4.4	<i>Produktion</i>	97
6.4.5	<i>Versand</i>	102
6.4.6	<i>Finanzierung</i>	102

6.4.7	<i>Controlling</i>	103
6.4.7.1	<i>Führungsinformation</i>	103
6.4.7.2	<i>Zwischenbetriebliche Leistungsverrechnung</i>	108
6.4.8	<i>Wissensmanagement</i>	109
6.4.8.1	<i>Wissensidentifikation</i>	111
6.4.8.2	<i>Wissensentwicklung</i>	113
6.4.8.3	<i>Wissens(ver)teilung</i>	113
6.4.8.4	<i>Wissensbewahrung</i>	114
6.4.8.5	<i>Erfordernisse und Barrieren des Wissensmanagements im VU</i>	115
6.5	<i>AUFLÖSUNGSPHASE</i>	118
6.5.1	<i>Auflösungssteuerung und -überwachung</i>	118
6.5.2	<i>Kundendienst</i>	119
6.6	<i>GENERELLE BEOBACHTUNGEN ZUR IV IM VU</i>	120
7	ANFORDERUNGEN AN DAS BETRIEBLICHE INFORMATIONSMANAGEMENT DURCH DIE VIRTUALISIERUNG	121
7.1	<i>BEITRÄGE DER IV ZUR ERFÜLLUNG DER UNTERNEHMENSMISSION</i>	121
7.2	<i>STRATEGISCHES INFORMATIONSMANAGEMENT</i>	123
7.2.1	<i>Zwei Extrempositionen der IV-Strategie</i>	123
7.2.2	<i>Besonderheiten der IV nach Leitungstypen</i>	124
7.2.3	<i>Ökonomische Anforderungen an IV-Investitionen</i>	125
8	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	127
	LITERATURVERZEICHNIS	V
	ANHANG	XXIII