

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers	5
Vorwort	7
I. Management Summary	13
II. Wertschöpfung im Wandel – Unternehmen im Wandel	21
1. Intelligente Leistungserstellung im Informationszeitalter	24
1.1 Reale Virtualität – praktische Beispiele	24
1.2 Lessons learnt – Modeströmung oder Überlebensstrategie von morgen?	33
2. Virtualität - ein weitverbreitetes Phänomen	38
2.1 Analogien aus verschiedenen Lebensbereichen	38
2.2 Begriffsklärung und Relevanz für Betriebswirtschaftslehre und Management	43
2.3 Virtuelle Strukturen als Gegenstand der Forschung	48
3. Zusammenfassung – die Zukunft hat bereits begonnen	55
III. Gestaltungsmöglichkeiten virtueller Wertschöpfung	57
1. Informations- und Kommunikationstechnologie als Basis	60
2. Vom virtuellen Markt bis zum Ad-hoc Netzwerk – ein Vorschlag zur Systematisierung	63
3. Virtuelle Welten – neue Chancen und Kundengruppen	68
3.1 Virtual Marketplace	68
3.2 Virtual Reality und Cyberworld	77
4. Virtuelle Organisationsformen – neue Möglichkeiten der Arbeitsteilung	83

4.1	Intraorganisationale Netzwerke	83
4.2	Interorganisationale Netzwerke	89
4.3	Abgrenzung gegenüber verwandten Kooperationsansätzen ...	93
5.	Gesamtwertschöpfung – Mechanik und Bezugsrahmen	102
6.	Zusammenfassung – mehr Chancen als Risiken	113
IV.	Wettbewerbsvorsprung virtueller Pionierunternehmen	115
1.	Fallstudie I: VW – Resende Modulares Massenproduktions-Netzwerk auf Zeit Fokus: Produktionseffizienz	118
1.1	Idee	119
1.2	Mechanik	122
1.3	Erfolge	128
1.4	Erfolgsvoraussetzungen und Konklusionen	130
2.	Fallstudie II: Nintendo Zentral gesteuertes Sourcing-Netzwerk Fokus: Logistikoptimierung und Time to market	134
2.1	Idee	136
2.2	Mechanik	137
2.3	Erfolg.....	143
2.4	Erfolgsvoraussetzungen und Konklusionen	143
3.	Fallstudie III: Euregio Langfristig auftragsorientierter Netzwerk-Pool Fokus: Wertschöpfungsergänzung	148
3.1	Idee	149
3.2	Mechanik.....	150
3.3	Erfolg.....	155
3.4	Erfolgsvoraussetzungen und Konklusionen	157

4.	Fallstudie IV: Startek	
	Interdisziplinäres Wissens-Netzwerk	
	Fokus: Know-how Synergien	162
4.1	Idee	163
4.2	Mechanik.....	165
4.3	Erfolg.....	172
4.4	Erfolgsvoraussetzungen und Konklusionen	175
5.	Fallstudie V: CargoLifter	
	Entwicklungs-Netzwerk für Großprojekte	
	Fokus: Innovatives Projektmanagement.....	176
5.1	Idee	177
5.2	Mechanik.....	180
5.3	Erfolg.....	186
5.4	Erfolgsvoraussetzungen und Konklusionen	188
6.	Fallstudie VI: Rauser Advertainment/ The Rickard Group	
	Ad-hoc Dienstleistungsnetzwerk	
	Fokus: Digitalisierte Wertschöpfung	191
6.1	Idee	192
6.2	Mechanik.....	192
6.3	Erfolg.....	198
6.4	Erfolgsvoraussetzungen und Konklusionen	200
7.	Zusammenfassung – Stakeholder-value	
	durch Unternehmensvernetzung	207
V.	Entscheidungshilfen für das Management:	
	Der Weg zu Ihrem eigenen Virtuellen Unternehmen	209
1.	Methodisches Vorgehen – Ausgangspunkt	212
2.	Schritt 1: Eignungsgrad der Branche bzw. Marktkonstellation	
	für eine Virtualisierung der Wertschöpfung.....	214
2.1	Referenzbeispiele	215

2.2	Checkliste zur Eigenpositionierung	221
3.	Schritt 2: Adäquate(r) Virtualisierungsgrad bzw. Virtualisierungsform	224
3.1	Referenzbeispiele	225
3.2	Checkliste zur Eigenpositionierung	233
4.	Schritt 3: Interpretation des Virtualisierungsprofils	238
	Fall A: Relevante Ähnlichkeit mit einem Referenzbeispiel	243
	Fall B: Keine signifikante Ähnlichkeit mit einem Referenzbeispiel ...	249
5.	Zusammenfassung - die Entscheidung liegt bei Ihnen	252

VI.	Ausblick – Grenzen des Grenzenlosen	253
1.	Eine Minderheit auf dem Weg zu einer liberalen, unsozialen Informationsgesellschaft?	256
2.	Konsequenzen für Mensch und Unternehmen	259
3.	Konsequenzen aus volkswirtschaftlicher Sicht	265
4.	Erste Antworten und neue Fragen	269

Abbildungsverzeichnis	277
------------------------------------	------------

Literaturverzeichnis	281
-----------------------------------	------------

Stichwortverzeichnis	297
-----------------------------------	------------