

Heinz-Reiner Treichel (Hrsg.)

Innovation durch Kooperation

Das Beispiel Medien Zentrum Duisburg

LIT

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort des Herausgebers	9
I Medienkooperationen – Strategische Potentiale für mittelständische Unternehmen zur Eroberung neuer Märkte <i>(Kurt-Georg Ciesinger, Heinz-Reiner Treichel)</i>	13
II Genese und Konzept der Medienkooperation Duisburg <i>(Kurt-Georg Ciesinger, Rüdiger Klatt)</i>	47
III Management von Unternehmensnetzwerken der Medienbranche – Erfahrungen des Medien Zentrums Duisburg aus kooperations-theoretischer Sicht <i>(Rüdiger Klatt)</i>	61
IV Kompetenzentwicklung in und für Unternehmenskooperationen <i>(Bärbel John)</i>	93
V Erweiterte Karrierewege in KMU durch überbetriebliche Personalentwicklung <i>(Petra Gerlach)</i>	135
VI »Corporate-image« versus »Corporate-identity« – Marketing im Medien Zentrum Duisburg <i>(Petra Gerlach)</i>	163
VII Technische Netzwerklösung zur Verbesserung des Workflows im Unternehmensverbund <i>(Roland Wollburg)</i>	195
VIII Der virtuelle Verlag – ein konzeptionelles »Spin-off« des Medien Zentrums <i>(Rüdiger Klatt)</i>	223
Literaturverzeichnis	237