

Inhalt

Vorwort	9
TEIL I. Einleitung	
1. Die unblutige Revolution?	13
Die weltweiten Veränderungen, die der Cyberspace bewirkt, bringen eine Revolution in der Natur der Unternehmen mit sich. Neue Arten von Beziehungen verändern die Mechanismen und Verhaltensweisen in den Unternehmen auf drastische Weise. Jeder Geschäftsmann, jede Geschäftsfrau muß im Sinne des Cyber-Unternehmens denken.	
2. Das Nervensystem	51 x
Das Internet und Intranets bieten die Möglichkeit zur kompletten Umgestaltung der Kommunikationskanäle und -strukturen und für neue Formen von Beziehungen innerhalb der Unternehmen.	
TEIL II. Merkmale des Cyber-Unternehmens	
3. Cyber-Marketing: Eine Umkehr der Tradition	83
Die moderne Elektronik verändert die Natur des Marketing und kehrt viele der konventionellen Weisheiten um.	
4. Wertströme: Kreaturen innerhalb einer Kreatur	107
Um Operationen des Cyber-Unternehmens möglichst effizient zu gestalten, muß man sich die Unternehmensaktivitäten als Wertströme vorstellen, deren Vorteile deutlich erkennbar und meßbar sind.	
5. Der räuberische Wertstrom: Wie man konkurrenzfähig wird	128
Erfolgreiche Cyber-Unternehmen konzentrieren sich auf ihren entscheidendsten Wertstrom. Wie kann man strategische Fähigkeiten entwickeln, die unschlagbar sind, und wie werden diese durch den Cyberspace verändert?	

6. Virtualität 146

Die Manager sollten sich virtuelle Operationen, virtuelle Büroräume und Unternehmen vorstellen, die ein Netz von virtuellen Beziehungen einsetzen.

× 7. Netzwerke zur Steigerung der Agilität 159

Cyber-Unternehmens-Netze verbinden die Kernkompetenzen verschiedener Betriebe, so daß virtuelle Unternehmen dynamisch gebildet und aufgelöst werden können, um neue geschäftliche Möglichkeiten zu nutzen.

8. Ökosysteme im Wirtschaftssystem der Cyber-Unternehmen .. 175

Im Wirtschaftssystem der Cyber-Unternehmen werden mehrere Unternehmen zu branchenübergreifenden Ökosystemen, manchmal mit äußerst komplizierten Beziehungen, verknüpft. Der Erfolg und das Überleben hängen davon ab, ob man diese Ökosysteme versteht und wie man diese Beziehungen handhabt.

9. Das David-Syndrom 195

Kleine, neu gegründete Firmen schlagen die Goliaths unter den Unternehmen und weisen in manchen Fällen erstaunliche Wachstumsraten auf. Die beste Strategie für ein alterndes Unternehmen besteht darin, neue Cyber-Unternehmen hervorzubringen.

10. Agenten und intelligente Dokumente 212

Wir benötigen Software-Agenten, die die Tätigkeiten im Cyberspace für uns erledigen. Wenn die Geschäftsdokumente digital werden, kann man sie mit Intelligenz versehen. Intelligente Dokumente verhalten sich grundlegend anders als Dokumente auf Papier.

11. Computergesteuerte Choreographie 230

Komplexe Operationen und Interaktionen mit Geschäftspartnern erfordern, daß Reaktionen auf Ereignisse durch Netzwerke choreographiert werden, wofür manchmal komplizierte Berechnungen notwendig sind, um die Ergebnisse zu optimieren.

- 12. Kontraintuitives Verhalten** 245
Neue Kontrollmechanismen können ein Verhalten an den Tag legen, das die Intuition der Manager außer acht läßt. Wie nutzt man Interaktionen von Cyber-Unternehmen zu seinem Vorteil, anstatt sich von ihnen überraschen zu lassen?
- 13. Jenseits von Darwin** 264
Das erfolgreiche Cyber-Unternehmen sollte auf eine sehr rasche Evolution ausgerichtet sein, die weit fortschrittlicher als die darwinistische ist.
- 14. Experimentieren Sie!** 280
Die Forschung und die Durchführung von Experimenten sollten nicht auf das Labor beschränkt sein. Teile des Cyber-Unternehmens müssen als Lernlabors gestaltet werden.
- TEIL III. Menschen und Management**
- 15. Ein interessanter Arbeitsplatz** 295
Beinahe jeder Aspekt der traditionellen Beschäftigung muß neu überdacht werden. Wie macht man das Cyber-Unternehmen zu einem interessanten Arbeitsplatz und wie maximiert man die Kreativität der Mitarbeiter?
- 16. Die steilsten Lernkurven** 316
Das Cyber-Unternehmen ist ständig am Lernen. Welche Maßnahmen sind notwendig, damit es so rasch und effizient wie möglich lernt, und wie paßt man sein Verhalten entsprechend an?
- 17. Die unglaublichen Kosten veralteter Denkweisen** 337
Wir sind überall von veralteten Denkweisen umgeben. Nur wenige Führungskräfte bedenken die Kosten, die daraus erwachsen; sie können enorm sein.

18. Wie man ein Unternehmen verrückt macht	352
Bei einer Revolution werden Menschen verletzt. Für ein Unternehmen ist ein ungeschicktes Reengineering eine Katastrophe. Welcher Weg ist der richtige, um den Übergang zum Cyber-Unternehmen zu schaffen?	
19. Mächtige und Freaks	367
Die Welt der Cyber-Unternehmen muß die verschiedenartigen Kulturen der Techniker und Geschäftsleute, die sich immer weiter von einander entfernen, zusammenführen. Wie kann sie das schaffen?	
Index	385