

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	XV
Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
Abkürzungsverzeichnis zitierter Zeitschriften und Handwörterbücher .....	XIX
1 Einleitung .....	1
1.1 Problemstellung .....	1
1.2 Gang der Untersuchung .....	7
2 Grundlegende Betrachtung der Unternehmung ohne Grenzen .....	11
2.1 Grundzüge des Konzepts der Unternehmung ohne Grenzen.....	11
2.1.1 Ursachen der Auflösung der Unternehmensgrenzen .....	12
2.1.2 Erscheinungsformen der Unternehmung ohne Grenzen.....	14
2.1.2.1 Unternehmensnetzwerke .....	15
2.1.2.2 Virtuelle Unternehmen .....	23
2.1.3 Das Konzept der Unternehmung ohne Grenzen .....	31
2.1.4 Abgrenzung der Unternehmung ohne Grenzen von anderen Formen der Unternehmenszusammenschlüsse .....	34
2.1.5 Probleme der Unternehmung ohne Grenzen und der Auflösung der Unternehmensgrenzen.....	42
2.2 Informations- und kommunikationstechnologische Grundlagen der Unternehmung ohne Grenzen .....	46
2.2.1 Bedeutung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien für die Unternehmung ohne Grenzen.....	46
2.2.2 Auswahl geeigneter Informations- und Kommunikationstechnologien für die Unternehmung ohne Grenzen.....	52
2.2.2.1 Anforderungen an die Informations- und Kommunikationstechnologien .....	52
2.2.2.2 Darstellung und Klassifikation geeigneter Informations- und Kommunikationstechnologien .....	54
2.2.2.3 Internet als informations- und kommunikationstechnische Basis für die Unternehmung ohne Grenzen.....	60
2.2.3 Aktuelle Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien und die Konsequenzen für die Unternehmung ohne Grenzen.....	65

3 Die Unternehmung ohne Grenzen aus der Sicht der Industrieökonomik (Market-Based View) .....	71
3.1 Grundlagen der Industrieökonomik und notwendigen Erweiterungen .....	71
3.2 Die Unternehmung ohne Grenzen in der Branchenstrukturanalyse von Porter.....	83
3.2.1 Untersuchung der Unternehmung ohne Grenzen mit Hilfe der fünf Wettbewerbskräfte von Porter.....	86
3.2.1.1 Rivalität unter den bestehenden Unternehmen.....	86
3.2.1.2 Bedrohung durch neue Konkurrenten .....	90
3.2.1.3 Bedrohung durch Ersatzprodukte und -dienste.....	92
3.2.1.4 Verhandlungsmacht der Abnehmer .....	93
3.2.1.5 Verhandlungsstärke der Lieferanten .....	94
3.2.2 Netzwerkexternalitäten — die sechste Wettbewerbskraft? .....	96
3.3 Die Unternehmung ohne Grenzen aus der Sicht der Unternehmensanalyse von Porter .....	104
3.3.1 Grundlagen des Wertkettenkonzepts von Porter und die Vernetzung der Unternehmung ohne Grenzen.....	104
3.3.2 Virtualisierung der Wertkette in der Unternehmung ohne Grenzen.....	107
3.3.2.1 Erneuern traditioneller Wertaktivitäten .....	110
3.3.2.2 Entstehen neuer Wertaktivitäten.....	112
3.3.3 Wertkreise und -netze als neues Konzept der Unternehmensanalyse.....	115
3.4 Die Unternehmung ohne Grenzen aus der Sicht der Strategischen Erfolgsfaktoren .....	120
3.4.1 Wirkungen der Unternehmung ohne Grenzen auf ausgewählte Strategische Erfolgsfaktoren .....	122
3.4.1.1 Kosten.....	122
3.4.1.2 Qualität.....	130
3.4.1.3 Flexibilität .....	134
3.4.1.4 Zeit.....	138
3.4.1.5 Erzeugnisvielfalt.....	142
3.4.1.6 Service .....	144
3.4.2 Bedeutung der Multivalenz der Unternehmung ohne Grenzen für die Strategischen Erfolgsfaktoren .....	146
3.4.3 Interaktionsfähigkeit — ein neuer Strategischer Erfolgsfaktor?.....	150
3.5 Ausgewählte Wettbewerbsstrategien und die Unternehmung ohne Grenzen ....	157
3.5.1 Generische Strategien von Porter .....	159
3.5.1.1 Umfassende Kostenführerschaft.....	160
3.5.1.2 Differenzierungsstrategien .....	161

---

3.5.1.3 Cost focus und differentiation focus als Konzentrationsstrategien .....	163
3.5.2 Hybride Wettbewerbsstrategien .....	164
3.5.2.1 Sequentielle hybride Strategien .....	165
3.5.2.1.1 Outpacing Strategies von Gilbert und Strebel.....	166
3.5.2.1.2 Strategie der Mass Customization von Davis und Pine .....	168
3.5.2.2 Multilokale hybride Strategien .....	171
3.5.2.3 Simultane hybride Strategien .....	177
3.5.2.3.1 Strategie der Dynamischen Produktdifferenzierung von Kaluza .....	178
3.5.2.3.2 Simultaneitätsstrategie von Corsten und Will .....	181
3.5.3 Das Neue Systemkonzept von D'Aveni.....	183
3.6 Zusammenfassung und kritische Würdigung der industrieökonomischen Betrachtung der Unternehmung ohne Grenzen.....	186
4 Die Unternehmung ohne Grenzen aus der Sicht des ressourcenorientierten Ansatzes (Resource-Based View) .....	191
4.1 Grundlagen des ressourcenorientierten Ansatzes.....	191
4.2 Weiterentwicklung des ressourcenorientierten Ansatzes .....	196
4.2.1 Erweiterung des ressourcenorientierten Ansatzes um die Betrachtung mehrerer Unternehmen .....	196
4.2.2 Interaktionsfähigkeit — eine neue unternehmerische Ressource? .....	201
4.3 Die Unternehmung ohne Grenzen in der Ressourcenperspektive .....	204
4.3.1 Entwicklung von Ressourcen in und mit Hilfe der Unternehmung ohne Grenzen.....	205
4.3.2 Verlust von Ressourcen und ressourcenbasierter Wettbewerbspositionen durch die Unternehmung ohne Grenzen.....	209
4.4 Die Unternehmung ohne Grenzen in der Kernkompetenzperspektive .....	213
4.4.1 Grundlagen der Kernkompetenzperspektive .....	213
4.4.2 Anwendung des Konzepts der Kernkompetenzen auf die Unternehmung ohne Grenzen .....	215
4.4.2.1 Konzentration auf interne Kernkompetenzen und Zugriff auf externe Kernkompetenzen in der Unternehmung ohne Grenzen .....	215
4.4.2.2 Interaktionsfähigkeit als Voraussetzung für die erfolgreiche Partizipation an der Unternehmung ohne Grenzen.....	219
4.4.3 Meta-Kompetenzen und das Konzept der Unternehmung ohne Grenzen.....	223
4.4.4 Beurteilung der Unternehmung ohne Grenzen aus der Kernkompetenzperspektive .....	226

4.5 Strategien im ressourcenorientierten Ansatz und die Unternehmung ohne Grenzen.....	230
4.5.1 Grundlegende Probleme ressourcenorientierter Wettbewerbsstrategien .....	230
4.5.2 Ansätze für die Entwicklung ressourcenorientierter Strategien und die Unternehmung ohne Grenzen.....	231
4.6 Zusammenfassung und kritische Würdigung der ressourcenorientierten Betrachtung der Unternehmung ohne Grenzen.....	235
5 Interaktionsstrategien zum Aufbau nachhaltiger Wettbewerbspositionen in der Unternehmung ohne Grenzen .....	240
5.1 Synthese der industrieökonomischen und der ressourcenorientierten Betrachtung der Unternehmung ohne Grenzen.....	240
5.1.1 Zusammenführung der beiden Ansätze .....	241
5.1.2 Interaktionsmanagement und Interaktionsfähigkeit in einem integrierten industrieökonomisch-ressourcenorientierten Konzept.....	246
5.2 Entwicklung von Interaktionsstrategien .....	249
5.2.1 Ziele der Interaktionsstrategien .....	250
5.2.2 Erfolgsfaktoren der Interaktionsstrategien.....	252
5.2.2.1 Konnektivität .....	252
5.2.2.2 Challengezeit und Responsezeit.....	255
5.2.2.3 Integrationsfähigkeit.....	258
5.2.2.4 Interaktionssicherheit .....	260
5.2.3 Entwurf idealtypischer Interaktionsstrategien .....	264
5.2.3.1 Grundlagen der idealtypischen Interaktionsstrategien .....	265
5.2.3.2 Untersuchung ausgewählter idealtypischer Interaktionsstrategien.....	266
5.2.3.2.1 Impermeabilitätsstrategie.....	266
5.2.3.2.2 Strategie der minimalen Interaktion .....	267
5.2.3.2.3 Semipermeabilitätsstrategie .....	268
5.2.3.2.4 Strategie der selektiven Interaktion.....	269
5.2.3.2.5 Permeabilitätsstrategie .....	270
5.2.3.3 Bewertung der Interaktionsstrategien und Auswahl der geeigneten Interaktionsstrategie .....	271
5.3 Trade-offs zwischen den Interaktionsstrategien und den traditionellen Strategischen Erfolgsfaktoren .....	274
5.4 Beurteilung der Effizienz von Interaktionen und Interaktionsstrategien.....	277
5.4.1 Interaktionen und Interaktionsstrategien vor dem Hintergrund des Transaktionskostenansatzes.....	277
5.4.2 Entwurf des neuen Interaktionskostenansatzes als Instrument zur Effizienzbeurteilung.....	283

---

5.5 Nachhaltigkeit interaktionsbasierter Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbspositionen .....	287
5.6 Zusammenfassung und kritische Würdigung der Interaktionsstrategien .....	290
6 Praxeologische Konsequenzen und Implikationen für das Management in der Unternehmung ohne Grenzen .....	295
6.1 Wichtige Gestaltungsfelder auf dem Weg zur Unternehmung ohne Grenzen....	295
6.2 Ausgewählte Maßnahmen der Gestaltungsfelder Technologie, Organisation und Personal .....	297
6.2.1 Gestaltungsfeld Technologie.....	297
6.2.1.1 Aufbau eines intra- und interorganisationalen Technologiemanagement .....	297
6.2.1.2 Von der Informations- zur Ressourcenlogistik .....	303
6.2.2 Gestaltungsfeld Organisation .....	308
6.2.2.1 Veränderungen der innerbetrieblichen Organisation .....	308
6.2.2.2 Entstehen von Interaktionspromotoren .....	310
6.2.3 Gestaltungsfeld Personal .....	314
6.2.3.1 Maßnahmen zur Anpassung des quantitativen und qualitativen Personalbestandes .....	314
6.2.3.2 Führung im Rahmen einer Partizipation an einer Unternehmung ohne Grenzen .....	318
6.3 Ausgewählte juristische Aspekte der Unternehmung ohne Grenzen.....	320
6.4 Implikationen für das Management in der Unternehmung ohne Grenzen .....	325
7 Zusammenfassung und weiterführende Forschungsfragen .....	330
Literaturverzeichnis.....	337
Stichwortverzeichnis .....	397