

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	VII
Vorwort	IX
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit	4
1.3 Gang der Untersuchung	5
2 Grundlegende Definitionen und Annahmen	9
2.1 Unternehmensnetzwerk.....	9
2.2 Netzwerkgüter	19
2.2.1 Clubgüter.....	19
2.2.2 Netzwerke als Clubs	21
2.2.3 Die Star Alliance als Netzwerkkonfiguration	28
3 Qualitative Analyse einer optimalen Gestaltung von Unternehmensnetzwerken	31
3.1 Kooperative Leistungserstellung in Unternehmensnetzwerken	31
3.1.1 Das Wertkettenmodell als Analyseraster	31
3.1.2 Primäre Wertaktivitäten und Netzwerkgüter	34
3.1.3 Sekundäre Wertaktivitäten und Netzwerkgüter	38
3.2 Kriterien zur optimalen Ausgestaltung der Wertschöpfung	42
3.2.1 Strukturähnlichkeiten	42
3.2.2 Allokationskriterien.....	44

3.3	Optimale Ausgestaltung.....	49
3.3.1	Primäre Wertaktivitäten	49
3.3.2	Sekundäre Wertaktivitäten	56
3.4	Anforderungen an ein quantitatives Netzwerkmodell	66
3.4.1	Skalenerträge.....	66
3.4.2	Konsumrivalität.....	67
3.4.3	Präferenzen.....	68
3.4.4	Stabilität	69
3.5	Potentielle Bedeutung der Parameter für die Star Alliance	72
3.6	Zusammenfassung der Ergebnisse und Kritik.....	73
4	Quantitatives Netzwerkmodell zur Analyse einer optimalen Ausgestaltung von Unternehmenskooperationen	75
4.1	Unternehmensnetzwerke als Kooperationsmuster.....	77
4.2	Basismodell	79
4.2.1	Annahmen	80
4.2.2	Stabile Netzwerkstruktur.....	83
4.3	Homogene Unternehmen	86
4.3.1	Dezentrale Struktur	86
4.3.1.1	Finanzierungsbeiträge	86
4.3.1.2	Netzwerkgrößen	89
4.3.1.3	Effizienzanalyse	91
4.3.1.4	Dynamik.....	92
4.3.2	Netzwerkmanagement	93
4.3.2.1	Finanzierungsbeiträge	94
4.3.2.2	Netzwerkgrößen	95
4.3.2.3	Effizienzanalyse	97
4.3.3	Effizienz- und Größenvergleich	98
4.3.4	Schlussfolgerungen und Kritik	101
4.4	Heterogene Unternehmen	103
4.4.1	Dezentrale Struktur	103
4.4.1.1	Modellierungsansatz	103
4.4.1.2	Finanzierungsbeiträge	105
4.4.1.3	Stabile Netzwerkkonfiguration.....	107
4.4.1.3.1	Optimalitätsbedingungen.....	108
4.4.1.3.2	Rechenbeispiel	113
4.4.1.4	Effizienzanalyse	116
4.4.1.5	Dynamik.....	117
4.4.1.6	Zusammenfassung.....	118

4.4.2	Netzwerkmanagement	118
4.4.2.1	Modellierungsansatz	118
4.4.2.2	Finanzierungsbeiträge	121
4.4.2.3	Netzwerkgrößen	125
4.4.2.4	Effizienzanalyse	127
4.4.3	Effizienzaussagen und Größenvergleich.....	127
4.4.4	Aussagegehalt und Kritik	130
4.5	Praktische Anwendung und Simulation des Modells	131
4.5.1	Wählbare Modellierungsparameter.....	131
4.5.1.1	Rivalitätskosten.....	132
4.5.1.2	Präferenzen	133
4.5.1.3	Cobb-Douglas Produktionsfunktion	133
4.5.2	Verschiedene institutionelle Settings.....	134
4.5.2.1	Größen der Netzwerkunternehmen.....	134
4.5.2.2	Vertikale Netzwerkstrukturen	138
4.5.3	Anwendung auf Beispiele für Netzwerkgüter.....	141
4.5.3.1	IT-Produkte	141
4.5.3.2	Marketing.....	145
4.5.3.3	Aussagegehalt und Verallgemeinerung	148
4.5.4	Anwendung des Netzwerkmodells auf die Star Alliance als konkrete Kooperationsstruktur.....	150
4.5.4.1	Die Star Alliance im Basismodell	150
4.5.4.2	Kooperationsziele der Star Alliance	152
4.5.4.3	Ausgestaltungsbeispiel der Star Alliance	156
4.5.5	Zusammenfassung der Ergebnisse und Kritik.....	157
5	Quantitative Analyse der optimalen Ausgestaltung von Unternehmensnetzwerken im Wettbewerb	159
5.1	Einführung der Wettbewerbsdimension.....	160
5.2	Modell	164
5.2.1	Netzwerkstruktur und Kosten	164
5.2.2	Marktnachfrage und Gewinne bei Sicherheit.....	169
5.2.3	Marktnachfrage und Gewinne bei Unsicherheit.....	175
5.3	Optimale Preisgestaltung im Wettbewerb	177
5.3.1	Dezentrale Struktur	178
5.3.2	Netzwerkmanagement	190
5.4	Effizienz- und Strukturvergleich.....	197
5.5	Anwendung des Wettbewerbsmodells auf die Star Alliance	200
5.5.1	Die Star Alliance im Wettbewerbsmodell	201
5.5.2	Gestaltungshinweise für die Star Alliance	202

5.6 Aussagegehalt und Kritik.....	204
6 Zentrale Ergebnisse und Beiträge der Arbeit	206
6.1 Qualitative Hinweise für die Ausgestaltung von Unternehmensnetzwerken	206
6.2 Quantitative Hinweise für die Ausgestaltung von Unternehmensnetzwerken.....	207
6.3 Quantitative Hinweise für die Ausgestaltung von Unternehmensnetzwerken im Wettbewerb.....	214
6.4 Ausblick auf weitere Forschungen.....	216
Anhang.....	219
Literaturverzeichnis	235
Namensregister.....	247
Sachregister.....	251

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Struktur und Aufbau der Arbeit.....	8
Abbildung 2:	Netzwerkgrößen.....	27
Abbildung 3:	Anreizprobleme bei der Durchführung von primären Aktivitäten eines Unternehmensnetzwerkes.....	38
Abbildung 4:	Anreizprobleme bei der Durchführung von sekundären Aktivitäten eines Unternehmensnetzwerkes.....	41
Abbildung 5:	Kriterien für Unternehmensnetzwerke zur Beurteilung der Bereitstellung von Netzwerkgütern.....	48
Abbildung 6:	Durchführung der primären Aktivität Eingangslogistik.....	51
Abbildung 7:	Durchführung der primären Aktivität Marketing.....	53
Abbildung 8:	Durchführung der primären Aktivität Kundendienst.....	55
Abbildung 9:	Durchführung von primären Aktivitäten in einem Unternehmensnetzwerk.....	56
Abbildung 10:	Durchführung der sekundären Aktivität Beschaffung.....	58
Abbildung 11:	Durchführung der sekundären Aktivität Technologie.....	60
Abbildung 12:	Durchführung der sekundären Aktivität Personalwirtschaft.....	62
Abbildung 13:	Durchführung der sekundären Aktivität Unternehmensinfrastruktur.....	64
Abbildung 14:	Durchführung von sekundären Aktivitäten in einem Unternehmensnetzwerk.....	65
Abbildung 15:	Notwendige Parameter in einem quantitativen Modell für Unternehmensnetzwerke.....	71
Abbildung 16:	Optimale Netzwerkgröße bei IT-Produkten.....	144
Abbildung 17:	Optimale Netzwerkgröße bei Marketingaktivitäten.....	147

Abbildung 18:	Vorgehensweise und Aussage des Netzwerkmodells.....	158
Abbildung 19:	Vertikale Industriestruktur.....	162
Abbildung 20:	Marginaler Konsument und Nachfrage	171
Abbildung 21:	Netzwerkinterne Kostenallokation und Wettbewerb...	195
Abbildung 22:	Das Netzwerkmodell im Wettbewerb	205
Abbildung 23:	Die Errichtung von Kooperationsstrukturen im Kontext des Netzwerkmodells.....	213
Abbildung 24:	Die Ausgestaltung von Netzwerkstrukturen im Kontext des Wettbewerbsmodells.....	216

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Auswahl ökonomischer Theorien.....	18
Tabelle 2:	Begriffserklärungen für das vierte Kapitel	76
Tabelle 3:	Bestimmung des ersten Netzwerkes der Kernpartition.....	114
Tabelle 4:	Bestimmung des zweiten Netzwerkes der Kernpartition	115
Tabelle 5:	Wichtige Allianzen in der Airline Industrie	151
Tabelle 6:	Begriffserklärungen für das fünfte Kapitel.....	160