

HANSER

Kooperationsmanagement

Günther Schuh, Michael Kurr, Thomas Friedli

Systematische Vorbereitung Gezielter Auf- und Ausbau
Entscheidende Erfolgsfaktoren

ISBN 3-446-40036-2

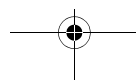
Inhaltsverzeichnis

Weitere Informationen oder Bestellungen unter
<http://www.hanser.de/3-446-40036-2> sowie im Buchhandel



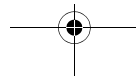
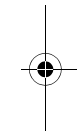
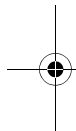
Inhaltsverzeichnis

Danksagung	V
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XV
1 Einführung	1
2 Die Zwangsläufigkeit von Kooperationen – Warum alleine nichts mehr geht	9
2.1 Kooperationen als Instrumente in dynamischen Umfeldern ..	9
2.2 Kooperationen als zu „präferierende Formen“ zwischen Markt und Hierarchie	12
2.3 Kooperationen aus verschiedenen Perspektiven	14
2.3.1 Die gesellschaftliche und soziologische Perspektive ..	14
2.3.2 Die „Informations- und Kommunikations-technologie“-Perspektive	16
2.3.3 Die Organisationsperspektive	22
2.3.4 Fazit	30
3 Besonderheiten von Kooperationen – Warum das Management so schwierig ist	31
3.1 Begriffliche Einführung und Verständnis	31
3.1.1 Unternehmenskooperationen	31
3.1.2 Modernes Verständnis von Kooperationen	33
3.1.3 Virtualität	35
3.2 Was ist anders als im Einzelunternehmen?	38
3.2.1 Unklare und unvollständige Zieldefinitionen	39
3.2.2 Beharrung und Anpassung	40
3.2.3 Aufeinandertreffen verschiedener Systeme	41
3.2.4 Initiales Misstrauen	42
3.2.5 Prozesse statt Resultate	42
3.2.6 Dysfunktionales und funktionales Lernen	43
3.2.7 Die Bedeutung der Ausgangskonfiguration	44
3.2.8 Restriktionen	45
3.2.9 Konflikte	46
3.2.10 Fazit	49
3.3 Eine Kooperationstypologie	51
3.3.1 Stand der Praxis	51





3.3.2	Stand der Theorie	59
3.3.3	Vorschlag einer Typologie	67
3.4	Konsequenzen für das Management von Kooperationen	78
3.5	Kooperationen als Instrument der Unternehmensentwicklung	80
3.6	Management und Vermeidung dysfunktionaler Beziehungen – Antizipation als Erfolgsfaktor	81
3.7	Zusammenfassung	83
4	Vorgehenskonzept zum ganzheitlichen Kooperations- management	84
4.1	Bausteine von Kooperationen	84
4.1.1	Das Einzelunternehmen	86
4.1.2	Der Kompetenzpool	87
4.1.3	Die Kooperation i.e.S.	88
4.1.4	Umfeld	88
4.1.5	Dynamik	88
4.2	Das Managementmodell	89
4.3	Ableitung strategischer Kooperationspotentiale – Die Frage nach dem Wo	92
4.3.1	Erhebung umfeldbezogener Daten	93
4.3.2	Erhebung unternehmensbezogener Daten	97
4.3.3	Ermittlung von Nutzen- und Kooperationspotentialen mittels Leistungsumfängen	101
4.4	Bewertung von Kooperationspotentialen – Die Frage nach dem Wie	110
4.4.1	Ziele und Zielkonstellationen	111
4.4.2	Kooperationsneigung	116
4.4.3	Informationsasymmetrien	122
4.4.4	Abhängigkeitsverhältnis	124
4.4.5	Das operative Design	126
4.4.6	Der Kooperationsrahmen	131
4.5	Der Kooperationsprozess „Kooperationsanbahnung“	138
4.6	Zum Controlling von Kooperationen	141
5	Erfolgsfaktoren im Kooperationsmanagement	147
5.1	Kenntnis der eigenen Stärken/Differenzierung	147
5.2	Kooperationen als integraler Bestandteil der Strategie- entwicklung	148
5.3	Ganzheitliche Betrachtung von Kooperationen	148
5.4	Professionalisierung im Kooperationsmanagement	149
5.5	Intensive Vorbereitung und Antizipation von Konflikt- potentialen	150





5.6	Systematische Planung und Nutzung von Begegnungsräumen	151
5.7	Parallelisierung von Design und Betrieb	153
5.8	Explizite Thematisierung des „social contract“	154
5.9	Review-Struktur	154
5.10	Stufenweiser Eskalationsprozess	155
5.11	Fundierte Projektmanagementkompetenz	156
6	Produktionsnetzwerke – Das Beispiel der Virtuellen Fabrik ..	158
6.1	Wertschöpfungsoptimierung in Produktionsnetzwerken	158
6.2	Das Konzept der Virtuellen Fabrik Euregio Bodensee	159
6.3	Zusammenfassung	170
7	Zusammenfassung und Ausblick	172
8	Literaturverzeichnis	174
9	Anhang: Empirische Grundlagen	179
9.1	KTI-Projekt „C-Commerce“	179
9.1.1	Industriepartner REHAU Automotive	181
9.1.2	Industriepartner WEIDMANN Plastics Technology ..	182
9.2	Konsortialbenchmarking	182
9.2.1	Das Transferzentrum für Technologiemanagement ..	183
9.2.2	Die TECTEM-Benchmarkingmethode und das Projekt „Kooperationen erfolgreich managen“ (KEMA)	184
9.2.3	Die Successful Practice-Partner	188
9.3	Weitere empirische Grundlagen	192
9.3.1	Aerospace Group Switzerland	192
9.3.1.1	Hintergrund	192
9.3.1.2	Initiale Zusammensetzung	194
9.3.1.3	Strategie	196
9.3.1.4	Spielregeln	197
9.3.1.5	Infrastruktur	199
9.3.1.6	Parallelisierung von Aufbau und Betrieb ...	199
9.3.1.7	Entwicklung der Kooperation	200
9.3.2	Anlagenbauer Zementhersteller	201
9.3.3	Textilanlagenbauer	201
9.3.4	ApoKop – Das Apotheken-Netzwerk	203
	Register	205

