

## **Inhaltsübersicht**

**Geleitwort**

**Vorwort**

**Inhaltsübersicht**

**Inhaltsverzeichnis**

**Abbildungsverzeichnis**

**Abkürzungs- und Akronymverzeichnis**

**Zusammenfassung**

**Summary**

### **Teil I: Problemstellung, Zielsetzung und Aufbau der Arbeit**

1. Gestaltung der Beziehungen zwischen Wettbewerbern als Herausforderung
2. Forschungskonzeption
3. Aufbau der Arbeit

### **Teil II: Organisationstheoretische Analyse von Wettbewerb und Wettbewerberbeziehungen**

1. Formale Bausteine in Wettbewerberbeziehungen
2. Konfigurationsparameter in Wettbewerberbeziehungen
3. Assoziationsparameter in Wettbewerberbeziehungen

### **Teil III: Performanz in Wettbewerberbeziehungen**

1. Konkurrenzintensität: Definition, Kausalmmodell und Determinanten
2. Performance-Measurement in Wettbewerberbeziehungen: Potential, Prozess und Resultat
3. Wettbewerbskosten: Arten und Strukturen
4. Wettbewerbsnutzen: Arten und Strukturen
5. Verlauf von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen

**Teil IV: Ziele, Bedingungen und Instrumente zur kosten- und nutzenorientierten****Gestaltung von Beziehungen zwischen Wettbewerbern**

1. Gestaltungsziele und -bedingungen im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern
2. Sparten, Muster und Instrumente der Gestaltung der Beziehung zwischen Wettbewerbern
3. Integriertes Kosten- und Nutzenmanagement im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern
4. Gestaltung der Kopplung kompetitiver und nicht-kompetitiver Beziehungen

**Teil V: Fallstudien zum Management von Wettbewerberbeziehungen**

1. Fallstudiendesign
2. Interaktionsmanagement zwischen Wettbewerbern im Mobile Computing
3. Management hybrider Wettbewerberbeziehungen auf dem Strommarkt
4. Infrastrukturmanagement organisierter Wettbewerberbeziehungen in der Baubranche

**Teil VI: Zusammenfassung und Ausblick**

1. Zusammenfassung der Ergebnisse
2. Implikationen für die weitere Forschung

**Anhang****Literaturverzeichnis**

**Inhaltsverzeichnis**

<b>Geleitwort.....</b>	<b>V</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>VII</b>
<b>Inhaltsübersicht .....</b>	<b>IX</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Abkürzungs- und Akronymverzeichnis.....</b>	<b>XXI</b>
<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>XXIII</b>
<b>Summary .....</b>	<b>XXXV</b>
<b>Teil I: Problemstellung, Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Gestaltung der Beziehung zwischen Wettbewerbern als Herausforderung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern in Netzwerken: Relevanz und Herausforderungen einer koordinationsorientierten Modellierung in Wissenschaft und Praxis.....	<b>1</b>
1.2 Forschungslücken, Zielsetzung der Arbeit und Forschungsfragen .....	<b>16</b>
<b>2. Forschungskonzeption.....</b>	<b>31</b>
2.1 Rigorosität, Relevanz und wissenschaftstheoretische Verortung.....	<b>31</b>
2.2 Forschungsstrategie.....	<b>35</b>
<b>3. Aufbau der Arbeit .....</b>	<b>41</b>
<b>Teil II: Organisationstheoretische Analyse von Wettbewerb und Wettbewerberbeziehungen .....</b>	<b>45</b>
<b>1. Formale Bausteine in Wettbewerberbeziehungen.....</b>	<b>45</b>
1.1 Wettbewerb, Rivalität und Konflikt: Begriffsbestimmung.....	<b>45</b>
1.2 Governance, Institutionenansätze und Wettbewerb: State-of-the-Art .....	<b>50</b>

1.2.1 Governancestrukturen und Institutionen: Standort und Spektrum .....	50
1.2.1.1 Definitionen von Institutionen und Governance.....	50
1.2.1.2 Standort und Spektrum vorhandener Governancemodelle .....	54
1.2.2 Defizite vorhandener Governance-Modelle in Bezug auf die Beschreibung und Erklärung von Wettbewerberbeziehungen .....	58
1.3 Dreidimensionales Assoziations-Modell für Koordinationsstrukturen .....	60
1.3.1 Interdependenz-, Integrations- und Symmetriedimension .....	60
1.3.2 Reformulierung etablierter Governance-Strukturen und Abbildung von Wettbewerb als separate Governance-Struktur.....	62
1.3.3 Interdependenzen zwischen Governance-Strukturen .....	66
1.4 Theoriebasis zur Beschreibung und Erklärung von Wettbewerb und Wettbewerberbeziehungen .....	71
1.4.1 Kernelemente der Theoriebasis von Wettbewerberbeziehungen.....	73
1.4.1.1 Netzwerktheoretische Ansätze.....	73
1.4.1.2 NeueI nstitutionenökonomik .....	74
1.4.1.3 Tournament-Theorie .....	79
1.4.1.4 Koevolutionsansatz, Systemtheorie und Population-Ecology Ansatz ...	80
1.4.1.5 Spieltheorie .....	82
1.4.2 Der „Schutzmäntel“ der Theorie von Wettbewerberbeziehungen .....	84
1.4.2.1 Ansätze des Strategischen Managements.....	84
1.4.2.2 Wettbewerbstheorie und mikroökonomischeTheorien.....	88
1.4.2.3 Ansätze des Koalitions- und Allianzmanagement.....	90
1.5 Beziehungsschichten in Wettbewerberbeziehungen.....	91
1.5.1 Connection-Schicht: Autonom-selbstorganisierter Wettbewerb .....	93
1.5.2 Community-Schicht: Konzertiert-selbstorganisierter Wettbewerb .....	96
1.5.3 Commerce-Schicht: Fremdorganisierter Wettbewerb.....	97
1.6 Spektrum kompetitiver Organisationsformen .....	97
1.6.1 Ergebniskompetitive Organisationsformen.....	98
1.6.2 Prozesskompetitive Organisationsformen .....	101
1.7 Relationship Management in Bezug auf Wettbewerberbeziehungen .....	109
1.7.1 Demarkation von Geschäftsbeziehung und Geschäftsbeziehungsmanagement in Bezug auf Wettbewerber .....	109
1.7.2 Bausteine des Relationship Managements zwischen Wettbewerbern.....	117
<b>2. Konfigurationsparameter in Wettbewerberbeziehungen .....</b>	<b>119</b>

2.1 Wettbewerberbeziehungen im Extended Value Net .....	120
2.2 Rollen im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern .....	124
<b>3. Assoziationsparameter von Wettbewerberbeziehungen.....</b>	<b>127</b>
3.1 Interdependenz in Wettbewerberbeziehungen.....	127
3.2 Integration in Wettbewerberbeziehungen .....	132
3.3 Symmetrie in Wettbewerberbeziehungen.....	134
3.4 Assoziationsvarianten in Wettbewerberbeziehungen .....	134
<b>Teil III: Performanz in Wettbewerberbeziehungen .....</b>	<b>139</b>
<b>1. Konkurrenzintensität: Definition, Kausalmmodell und Determinanten.....</b>	<b>139</b>
1.1 Definition der Konkurrenzintensität.....	139
1.2 Kausalmmodell der Konkurrenzintensität.....	142
1.3 Einfluss der Assoziationsdimensionen auf die Konkurrenzintensität.....	144
1.4 Einfluss der Konfigurationskomplexität und des Organisationsgrades auf die Konkurrenzintensität.....	149
<b>2. Performance-Measurement in Wettbewerberbeziehungen: Potential, Prozess und Resultat .....</b>	<b>152</b>
<b>3. Wettbewerbskosten: Arten und Strukturen.....</b>	<b>156</b>
3.1 Arten, Träger und Stellen von Wettbewerbskosten .....	156
3.1.1 Wettbewerbskosten: Standortbestimmung .....	156
3.1.2 Kostenrechnung im Management von Wettbewerberbeziehungen.....	159
3.1.3 Wettbewerbskostenarten .....	162
3.2 Strukturen von Wettbewerbskosten .....	165
<b>4. Wettbewerbsnutzen: Arten und Strukturen .....</b>	<b>171</b>
4.1 Arten, Träger und Stellen von Wettbewerbsnutzen.....	172
4.1.1 Wettbewerbsnutzen: Standortbestimmung .....	172
4.1.2 Kunden-Wettbewerbsnutzen .....	174
4.1.3 Konkurrenten-Wettbewerbsnutzen .....	176
4.2 Strukturen von Wettbewerbsnutzen.....	183
<b>5. Verlauf von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen .....</b>	<b>184</b>
5.1 Perspektive von Interdependenz-induzierenden Drittparteien.....	185
5.2 Perspektive eines Wettbewerbers .....	187

<b>Teil IV: Ziele, Bedingungen und Instrumente zur kosten- und nutzenorientierten Gestaltung von Beziehungen zwischen Wettbewerbern .....</b>	<b>193</b>
<b>    1. Gestaltungsziele und –bedingungen im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern .....</b>	<b>194</b>
1.1 Gestaltungsziele.....	195
1.2 Gestaltungsbedingungen.....	198
<b>    2. Sparten, Muster und Instrumente der Gestaltung der Beziehung zwischen Wettbewerbern .....</b>	<b>199</b>
2.1 Konfigurationsmanagement .....	204
2.1.1 Perspektive eines Wettbewerbers .....	204
2.1.2 Perspektive von Interdependenz-induzierenden Drittparteien.....	218
2.2 Interaktionsmanagement.....	219
2.2.1 Perspektive eines Wettbewerbers .....	221
2.2.2 Perspektive von Interdependenz-induzierenden Drittparteien.....	226
2.3 Infrastrukturmanagement .....	228
2.3.1 Perspektive eines Wettbewerbers .....	228
2.3.2 Perspektive von Interdependenz-induzierenden Drittparteien.....	233
<b>    3. Integriertes Kosten- und Nutzenmanagement im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern .....</b>	<b>236</b>
3.1 Strukturmanagement von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen .....	237
3.2 Verlaufsmanagement von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen .....	238
3.3 Niveaumanagement von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen .....	239
<b>    4. Gestaltung der Kopplung kompetitiver und nicht-kompetitiver Beziehungen .....</b>	<b>240</b>
4.1 Spektrum kompetitiver und nicht-kompetitiver Koordinationsformen .....	241
4.2 Kopplungsmuster.....	245
4.3 Performance von hybriden Wettbewerberbeziehungen.....	249
<b>Teil V: Fallstudien zum Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern.....</b>	<b>253</b>
<b>    1. Fallstudiendesign .....</b>	<b>253</b>
<b>    2. Interaktionsmanagement zwischen Wettbewerbern im Mobile Computing.....</b>	<b>254</b>
<b>    3. Management hybrider Wettbewerberbeziehungen auf dem Strommarkt.....</b>	<b>256</b>

<b>4. Infrastrukturmanagement organisierter Wettbewerberbeziehungen in der Baubranche .....</b>	<b>259</b>
<b>Teil VI: Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>265</b>
<b>1. Zusammenfassung der Ergebnisse.....</b>	<b>265</b>
1.1 Ergebnisse .....	265
1.2 Grenzen der Untersuchung .....	272
<b>2. Implikationen für die weitere Forschung .....</b>	<b>274</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>279</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>305</b>