

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