

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, Kausalmodell 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

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

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 Neue Institutionenökonomik	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 „Schutzgürtel“ der Theorie von Wettbewerberbeziehungen	84
1.4.2.1 Ansätze des Strategischen Managements.....	84
1.4.2.2 Wettbewerbstheorie und mikroökonomische Theorien.....	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: Konzertierte-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

2. Konfigurationsparameter in Wettbewerberbeziehungen119

2.1 Wettbewerberbeziehungen im Extended Value Net	120
2.2 Rollen im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern	124
3. Assoziationsparameter von Wettbewerberbeziehungen	127
3.1 Interdependenz in Wettbewerberbeziehungen	127
3.2 Integration in Wettbewerberbeziehungen	132
3.3 Symmetrie in Wettbewerberbeziehungen	134
3.4 Assoziationsvarianten in Wettbewerberbeziehungen	134
Teil III: Performanz in Wettbewerberbeziehungen	139
1. Konkurrenzintensität: Definition, Kausalmodell und Determinanten	139
1.1 Definition der Konkurrenzintensität	139
1.2 Kausalmodell der Konkurrenzintensität	142
1.3 Einfluss der Assoziationsdimensionen auf die Konkurrenzintensität	144
1.4 Einfluss der Konfigurationskomplexität und des Organisationsgrades auf die Konkurrenzintensität	149
2. Performance-Measurement in Wettbewerberbeziehungen: Potential, Prozess und Resultat	152
3. Wettbewerbskosten: Arten und Strukturen	156
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
4. Wettbewerbsnutzen: Arten und Strukturen	171
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
5. Verlauf von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen	184
5.1 Perspektive von Interdependenz-induzierenden Drittparteien	185
5.2 Perspektive eines Wettbewerbers	187

Teil IV: Ziele, Bedingungen und Instrumente zur kosten- und nutzenorientierten Gestaltung von Beziehungen zwischen Wettbewerbern	193
1. Gestaltungsziele und –bedingungen im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern	194
1.1 Gestaltungsziele.....	195
1.2 Gestaltungsbedingungen.....	198
2. Sparten, Muster und Instrumente der Gestaltung der Beziehung zwischen Wettbewerbern	199
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
3. Integriertes Kosten- und Nutzenmanagement im Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern	236
3.1 Strukturmanagement von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen	237
3.2 Verlaufsmanagement von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen	238
3.3 Niveaumangement von Wettbewerbskosten und Wettbewerbsnutzen	239
4. Gestaltung der Kopplung kompetitiver und nicht-kompetitiver Beziehungen	240
4.1 Spektrum kompetitiver und nicht-kompetitiver Koordinationsformen	241
4.2 Kopplungsmuster.....	245
4.3 Performance von hybriden Wettbewerberbeziehungen	249
Teil V: Fallstudien zum Beziehungsmanagement zwischen Wettbewerbern.....	253
1. Fallstudiendesign	253
2. Interaktionsmanagement zwischen Wettbewerbern im Mobile Computing.....	254
3. Management hybrider Wettbewerberbeziehungen auf dem Strommarkt.....	256

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

Competitor Relationship Management
Beschreibung, Erklärung und Gestaltung von
Beziehungen zwischen Wettbewerbern
Neumann, O.
2017, XLIV, 347 S. 80 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-15281-9