
Inhaltsverzeichnis

- 1 Einleitung und Überblick: Die aktive Rolle von Kunden in der Wertschöpfung 1**
- 2 Organisation der arbeitsteiligen Wertschöpfung: Der Weg zur interaktiven Wertschöpfung 7**
 - 2.1 Überblick: Verschiedene Vorstellungen von Wert und Wertschöpfung 7
 - 2.2 Die tayloristische Industrieproduktion: Produktivitätsoptimierung unter stabilen Bedingungen und hierarchische Organisation der Arbeitsteilung 10
 - 2.3 Grenzen des Taylorismus: Heterogenisierung der Nachfrage und Empowerment aktiver Kunden 12
 - 2.4 Auflösung der Unternehmensgrenzen: Von der internen Abwicklung zu Netzwerken und Märkten 16
- 3 Interaktive Wertschöpfung: neue Formen der Arbeitsteilung zwischen Anbietern, Kunden und externen Experten 21**
 - 3.1 Prinzipien und Eigenschaften der IWS 22
 - 3.2 Bedürfnis- und Lösungsinformation in festen und offenen Lösungsräumen. . 25
 - 3.3 Arbeitsteilung und Organisation in der IWS 28
 - 3.4 IWS aus ressourcenorientierter Perspektive 36
 - 3.5 Interaktionskompetenz als Konkretisierung der Absorptionsfähigkeit 38
 - 3.6 Interaktionsförderliche Organisations- und Kommunikationsstrukturen als Teilbereiche der Interaktionskompetenz. 42
 - 3.7 Grenzen der IWS: Aufgabenteilung und Transaktionskosten 47
- 4 IWS in der Innovation: Open Innovation. 49**
 - 4.1 Der interaktive Innovationsprozess 50
 - 4.2 Von Kundenorientierung zu Kundenintegration im Innovationsprozess: der Weg zu Open Innovation 52
 - 4.3 Open Innovation im Verständnis dieses Buchs 60
 - 4.4 Eigenschaften und Motivation von Kunden und Nutzern, am Innovationsprozess mitzuwirken 61

4.5	Die Unternehmensperspektive: Wettbewerbsvorteile durch Open Innovation.	69
4.6	Instrumente von Open Innovation	73
5	IWS in Produktion und Vertrieb: Mass Customization	85
5.1	Produktindividualisierung und Mass Customization	85
5.2	Einordnung in die IWS	89
5.3	Kosteneffizienz von Mass Customization	92
5.4	Wertsteigerung und Erlöspotenziale durch Individualproduktion	98
5.5	Phasen und Instrumente der Kundeninteraktion bei Mass Customization . .	101
6	Die Zukunft der interaktiven Wertschöpfung	109
6.1	Die Evolution der Organisation arbeitsteiliger Wertschöpfung	109
6.2	Ein offener Aufruf zur Mitwirkung an der Zukunft der Interaktiven Wertschöpfung	111
	Literatur.	113
	Stichwortverzeichnis.	123

Interaktive Wertschöpfung kompakt

Open Innovation, Individualisierung und neue Formen
der Arbeitsteilung

Piller, F.; Möslein, K.M.; Ihl, C.; Reichwald, R.

2017, VIII, 125 S. 8 Abb., 5 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-17513-9