

Schneider/Baur/Hopfmann

Re-Design der Wertkette durch Make or Buy

Konzepte und Fallstudien

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
Betriebswirtschaftslehre	
Inventar-Nr. :	45.272
Abstell-Nr. :	A12/2290
Sachgebiete :	Q,9,8
	A,1,6

00032896

GABLER

Gliederung

Vorwort 5
Aufbau 9

Teil I: Rahmenbedingungen und konzeptionelle Grundlagen

von Dietram Schneider

I. Kapitel: Relevanz und Szenario 13

- 1. Mob, Wertkette und Integrationsstrategien 13
- 2. Mob und Wertschöpfungsstrukturen 19
- 3. Eigenfertigungsquoten und ihre Entwicklung 25
- 4. Lieferantenpyramiden - Japan als Vorbild? 27
- 5. Renditen in der Automobilindustrie 32
- 6. Trends in der Zulieferindustrie 33
- 7. Strategien der Lieferanteneinbindung 35
- 8. Strategien der Zulieferer 37
- 9. Wertkettenszange - Strategie für Zulieferer? 40

II. Kapitel: Mob-Objekte 45

- 1. Teile und Komponenten, Systeme und Baugruppen, Technologien usw. ... 45
- 2. Primär-, Sekundär- und Tertiärleistungen 47

III. Kapitel: Alternativen zwischen mob 50

- 1. Mob - sowohl als auch 50
- 2. Mob-Alternativenspektrum 51

IV. Kapitel: Einflußgrößen von mob 55

- 1. Grundlagen 55
- 2. "Klassische" Einflußgrößen 59
- 3. Transaktionskosten und ihre Einflußgrößen 66
- 4. Allgemeine Trends 89

V. Kapitel: Methodik 92

- 1. Mob-Portfolios 92
- 2. Mob-Scoring - mob-Überlegenheits-Portfolio 100
- 3. Globale Handlungsstrategien 109
- 4. Messung der Vernetzungsintensität in der Wertkette 116
- 5. Faustregeln für die Bildung von mob-Teams 120
- 6. Mob-Kultur 123

Teil II: Fallstudien und praktische Beispiele

Make-and-buy-Verkrustungen in der Wertkette in den Lebensphasen von Unternehmen - Ursachen und Möglichkeiten ihrer Durchbrechung

von *Dietram Schneider und Cornelius Baur*

Einleitung	127
1. Strukturelle Verkrustungen in der Wertkette als zyklisches Phänomen	128
2. "Überschußproduktion" in den Lebensphasen von Unternehmen	133
3. Strategien für die Durchbrechung struktureller Verkrustungen	137
4. Fazit	140

Organisation der Wertkette innovativer Unternehmen

- make or buy und Vernetzungsintensität: zentrale Erfolgsfaktoren

von *Dietram Schneider*

Einleitung	141
1. Charakterisierung von mob-Objekten	143
2. Einflußgrößen der zukünftigen mob-Absichten	145
3. Zentrale Bedeutungsaspekte der Spezifität	146
4. Vernetzungsintensität auf Beschaffungs- und Absatzseite	148
5. Erfolgstrennung: "überlegene mob- und Vernetzungsstrategien"	149
6. Fazit	159

Make or buy - Praktische Anwendung des Transaktionskostenansatzes bei einem deutschen Automobilhersteller

von *Cornelius Baur*

Einleitung	163
1. Automobilindustrie unter Handlungsdruck	164
2. Kurzbeschreibung der Fallstudie	164
3. Traditionelles mob-Kalkül: Verführung zur Verkrustung	167
4. Relevanz der Auslagerung von Fertigungsumfängen	170
5. Relevanz flexibler Lieferverträge und quasiintegrierter F&E	174
6. Fazit	176

Make or buy von Logistikleistungen

von *Lienhard Hopfmann*

Einleitung	181
1. Logistik-mob als Entscheidungsproblem	181
2. Einflußgrößen einer Logistik-mob-Entscheidung	186
3. Fallstudie - mob in der Beschaffungslogistik	191
4. Fallstudie - mob in der Distributionslogistik	196
5. Fazit	200

Literatur

Die Autoren