

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