

Raina Schweikle

Innovationsstrategien japanischer und deutscher Unternehmen

Eine vergleichende Analyse

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Alexander Gerybadze



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
1.1	Der Wettbewerbserfolg von Unternehmen	1
1.2	Unternehmensstrategien und die Dynamik von Industrien	3
1.3	Konzeption der Arbeit	7
2	Fallstudie Flachbildschirmindustrie	14
2.1	Die Entstehung der globalen Flachbildschirmindustrie	14
2.1.1	Technische Grundlagen und der Aufbau der Wertschöpfungskette	15
2.1.2	Die Entstehung der Industrie	23
2.1.3	Die Rolle regierungsgeförderter Allianzen	34
2.2	Neuere Entwicklungen der Flachbildschirmindustrie	39
2.3	Erfolgsfaktoren in der Flachbildschirmindustrie	45
3	Innovation in Japan	49
3.1	Das japanische Innovationssystem	49
3.1.1	Entwicklung und allgemeine Charakteristika	49
3.1.2	Die Rolle der Regierung	59
3.1.3	Keiretsu-Strukturen	73
3.1.4	Patentmanagement	80
3.2	Neuere Entwicklungen des japanischen Innovationssystems	84
3.3	Erklärungsansätze des wirtschaftlichen Erfolgs japanischer Unternehmen	95
4	Fallstudie Automobilelektronik	109
4.1	Neue Entwicklungen an der Schnittstelle zwischen Automobil- und Elektronikindustrie	109
4.1.1	Embedded Systems in der Automobilelektronik	110
4.1.2	Internationale Standardisierungsaktivitäten	113
4.1.3	Implikationen für die Industriestruktur	115
4.2	CAN	118
4.2.1	Motivation und Entwicklung des CAN-Bussystems	118
4.2.2	Implementierung und Diffusion des CAN-Bussystems	119
4.2.3	Fazit	122
4.3	Flexray	123
4.3.1	Gründung des Flexray-Konsortiums	123
4.3.2	Aufbauorganisation und Aktivitäten	126
4.3.3	Implementierung und Einsatz des Flexray-Bussystems	132
4.3.4	Fazit	134
4.4	Autosar	135
4.4.1	Gründung des Autosar-Konsortiums	135
4.4.2	Aufbauorganisation und Aktivitäten	139

4.4.3	Implementierung und Einsatz der Autosar-Architektur.....	144
4.4.4	Fazit.....	146
4.5	Jaspar.....	146
4.5.1	Einleitung.....	146
4.5.2	Das Konsortium Jaspar	147
4.5.2.1	Gründung und Aufbauorganisation.....	147
4.5.2.2	Zielsetzung.....	150
4.5.2.3	Aktivitäten in den WGs	154
4.5.3	Vergleichende Analyse des Konsortiums Jaspar.....	159
4.5.3.1	Organisation und Zielsetzung.....	159
4.5.3.2	Jaspars Spezifikationen des Flexray-Bus.....	163
4.5.4	Aktivitäten zentraler Unternehmen.....	167
4.5.4.1	Beziehungen zwischen Toyota, Denso und Bosch.....	167
4.5.4.2	Standardisierungsaktivitäten bei Toyota.....	168
4.5.5	Fazit.....	175
5	Dynamische Determinanten des Wettbewerbserfolges von Unternehmen	178
5.1	Geschäftsmodellinnovation	178
5.1.1	Innovation als Instrument.....	178
5.1.2	Innovation im Kontext dynamischer Umweltveränderungen.....	180
5.1.3	Ansätze zur Definition des Begriffs der Geschäftsmodellinnovation.....	183
5.1.4	Das Konzept der Geschäftsmodellinnovation	191
5.2	Die strategische Architektur von Unternehmen	194
5.2.1	Das Konzept der strategischen Architektur.....	194
5.2.2	Technologie und Innovation.....	198
5.2.2.1	Treiber und Arten technologischer Innovationen	198
5.2.2.2	Technologie und Innovation in der Automobilelektronik	204
5.2.2.3	Fazit.....	206
5.2.3	Die Architektur des Produkts	207
5.2.3.1	Das Prinzip der modularen Architektur	207
5.2.3.2	Die Produktarchitektur in der Automobilelektronik.....	217
5.2.3.3	Fazit.....	227
5.2.4	Die Gestaltung von Standards.....	229
5.2.4.1	Die Bedeutung von Standards.....	229
5.2.4.2	Kategorien, Funktionen und Arten von Standards.....	232
5.2.4.3	Konsortien in der Standardisierung	241
5.2.4.4	Standardisierungskonsortien in der Automobilelektronik.....	246
5.2.4.5	Fazit.....	255
5.2.5	Die Struktur der Industrie.....	256
5.2.5.1	Wertschöpfung und Wettbewerb	256

5.2.5.2	Die Industriestruktur in der Automobilelektronik	262
5.2.5.3	Fazit.....	272
5.3	Erfolgsfaktoren in der Automobilelektronik	273
6	Fallstudie Mobile Payment	284
6.1	Grundlagen und Kategorisierung von Mobile Payment-Systemen	284
6.2	Mobile Payment in Deutschland	291
6.3	Mobile Payment-Lösungen im Vergleich	301
6.4	Entwicklung des Mobile Payment Marktes	308
7	Erfolgsfaktoren in deutschen und japanischen Unternehmen	312
7.1	Die strategische Architektur in der Flachbildschirmindustrie	312
7.2	Die strategische Architektur in der Mobile Payment-Industrie	320
7.3	Vergleichende Analyse der Fallstudien	331
8	Fazit.....	337
8.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	337
8.2	Implikationen für Theorie und Praxis	343
9	Literaturverzeichnis	349