

Unternehmenskooperationen, Allianzen und Netzwerke
für kleine und mittelständische Unternehmen

Ralf Peter Wüstermann

**Unternehmenskooperationen,
Allianzen und Netzwerke für kleine
und mittelständische Unternehmen**

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

Bild auf dem Umschlag:

Yellow Duck: Abstrakter Polylinien- und Punktvereinbarungshandshake auf blauem, dunkelblauem Hintergrund. Hands Link Internet digitale Verbindung. Erfolgskonzept der Geschäftsmission. Vektorillustration in Flat Design.

iStock-ID: 1351300250

ISBN 978-3-96138-398-6

© 2024 Wissenschaftlicher Verlag Berlin

Olaf Gaudig & Peter Veit GbR

www.wvberlin.de / www.wvberlin.com

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, auch einzelner Teile, ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Dies gilt insbesondere für fotomechanische Vervielfältigung sowie Übernahme und Verarbeitung in EDV-Systemen.

Druck und Bindung: SDL – Digitaler Buchdruck, Berlin

Printed in Germany

€ 56,00

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	7
1. Einleitung	15
2. Wozu braucht es Kooperationen?	16
3. Kooperationen und Allianzen in der Praxis	18
3.1. Chancen und Risiken von Kooperationen und Allianzen	25
3.2. Die Notwendigkeit von Kooperationen in der mittelständischen Praxis	33
3.3. Die Bedeutung von Kooperationen in der Praxis.....	35
3.4. Kooperationsbereiche	37
4. Kooperationsformen	39
4.1. Die Kooperationsformen Konzern und Fusion	67
4.2. Kooperationsform Joint Venture.....	70
4.3. Kooperationsform Franchise	77
4.4. Kooperationsform Gelegenheitsgesellschaft.....	82
4.5. Kooperationsform Interessengemeinschaft.....	84
4.6. Kooperationsform Lizenzen	86
4.7. Kooperationsform Genossenschaften.....	100
4.8. Kooperationsform virtuelle Unternehmen	103
5. Definition Supply Chain.....	107
5.1. Wertschöpfung und Supply Chain Management (SCM)	108
5.2. Lagerkennzahlen	118
5.3. Aufgaben der Logistik.....	125
5.4. Entwicklungsstufen des Supply Chain Management.....	127
5.5. Die Aufgaben und Ziele des Supply Chain Management.....	129
5.6. Vor- und Nachteile von Supply Chain-Kooperationen.....	135
5.7. Instrumente zur Bewertung von Supply Chain-Kooperationen.....	138
5.7.1. Das Instrument Prozesskostenrechnung.....	138
5.7.2. Das Instrument Balanced Scorecard	143
5.7.3. Das Instrument Kanban	155
5.7.4. Bewertung von Supply Chain-Kooperationen mit Kennzahlen	157
5.8. Supply Chain-Strategien und SC-Kooperationsformen.....	158
6. Kartelle	164
7. Kooperationsmotive	167
8. Erfolgsfaktoren von Kooperationen.....	183
9. Kooperationsziele.....	187

9.1. Kooperationsziel Ressourcenzugang	188
9.2. Kooperationsziel Kostenvorteile	190
9.3. Kooperationsziel Marktzutritt	196
9.4. Kooperationsziel Zeitvorteile	197
9.5. Kooperationsziel Spekulationsvorteile.....	198
10. Die Umsetzung von Unternehmenskooperationen	199
10.1. Vorbereitung und Planung zur Findung der Kooperationspartner.....	201
10.2. Umsetzung und Durchführung der Kooperation.....	236
10.3. Restrukturierung und vorzeitige Beendigung	244
11. Kooperation, oder nicht Kooperation? Das ist hier die Frage... ..	249
12. Definition, Entstehung und Entwicklung von Netzwerken	258
12.1. Digitale Netzwerke.....	266
12.2. Die gesellschaftliche Bedeutung der Digitalisierung.....	275
12.2.1. Einfluss von Bund und Länder auf den digitalen Standort	280
12.2.2. Staatliche Subventionen zur digitalen Standortentwicklung	282
12.2.3. Digitalisierung und Smart Factory	286
12.2.4. Digitales Controlling in Netzwerken und bei Kooperationen.....	291
13. Soziale Netzwerke.....	295
14. Literaturverzeichnis.....	299
Anhang Staatliche Förderprogramme zur Förderung der Digitalisierung	308
Anhang Lagerkennzahlen.....	309
Anhang Fragebogen zur Selbstanalyse der Risikoaversion	312
Anhang Fragebogen Selbstanalyse der Risikoaversion	314