

Vorwort

Sönke Albers und Joachim Wolf

Der Hype für Geschäfte im Internet ist zwar vorbei, der Wert des Internet als elektronisches Informations- und Kommunikationsmedium ist aber geblieben. Mit einem solchen Medium werden auf einmal Netzwerke von Wertschöpfungsverbänden möglich, wie sie sonst nicht denkbar wären. Das Internet erlaubt eine Kommunikation, die fast ebenso reich sein kann wie innerhalb eines Unternehmens von Angesicht zu Angesicht. Damit ergeben sich insbesondere für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) neue ungeahnte Möglichkeiten. Diese können sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren, dafür aber in Netzwerken kooperieren. Komplexe Aufträge werden von einer Gruppe von Unternehmen mit unterschiedlichen, sich ergänzenden Kompetenzen gemeinsam bearbeitet. Nach außen hin agiert die Gruppe als Einheit und demonstriert Größe und Flexibilität, nach innen hin kooperiert man auf der Basis von Vertrauen. Bei dieser Vision eines virtuell agierenden Unternehmens treten Standort und Größe des einzelnen Unternehmens in den Hintergrund.

Wenn man die genannten Vorteile Virtueller Unternehmen realisieren will, dann kommt es darauf an, geeignete Management-Konzepte zu entwickeln und anzuwenden, mit denen die im Netzwerkverbund bestehenden Koordinationsprobleme beherrscht werden können. Diese Konzepte werden in dem Beitrag von Albers, Bisping, Teichmann und Wolf auf der Basis von zehn Fallstudien abgeleitet, denn nur was sich in der Praxis bewährt hat, kann guten Gewissens als erfolgreiches Management-Konzept empfohlen werden. Für die einzelnen Management-Konzepte werden handhabbare Gestaltungsempfehlungen abgeleitet, so dass sich das Buch nicht nur an Wissenschaftler, sondern vor allem auch an Praktiker richtet, die solche Virtuellen Unternehmen aufbauen wollen. Die zehn Fallstudien werden in dem Beitrag von Teichmann und Borchardt detailliert dokumentiert, so dass der Leser nicht nur alles nachvollziehen kann, er bekommt auch einen Eindruck davon, wie Virtuelle Unternehmen im Tagesgeschäft bei der Umsetzung der Zusammenarbeit vorgehen. Virtuelle Unternehmen können nur funktionieren, wenn sie geeignete Tools der elektronischen Kommunikation und Projektsteuerung verwenden. Der Beitrag von Müller vergleicht deshalb im Markt angebotene Software zur Unterstützung dieser Prozesse und leitet direkt anwendbare Empfehlungen ab, welche Software besonders geeignet ist. Letztendlich stellt damit die Sammlung dieser Beiträge eine Art Handbuch dar, wie man Virtuelle Unternehmen gestaltet, führt und koordiniert sowie welche Software dafür geeignet ist.

Damit richtet sich das Buch an Unternehmer, die weitere Chancen in der Virtualisierung suchen wie auch an Wissenschaftler, die diesen Prozess mit geeigneter Forschung begleiten wollen.

Ein solches Buch kann nicht ohne Hilfe vielfältiger Art entstehen. Entstanden ist es aus einem vom Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein und der Deutschen Telekom AG im Rahmen der Multimedia-Initiative geförderten Projekt „B-to-B-Markt Schleswig-Holstein“. Beiden Organisationen sei deshalb an dieser Stelle für die weitsichtige finanzielle Förderung gedankt. In diesem Projekt ging es neben der Einrichtung einer Handelsplattform für Industriebetriebe im Internet, die unter dem Namen bidbizz.com operiert, darum, Unternehmen von den Möglichkeiten Virtueller Unternehmen zu überzeugen, damit sie Standort- und Größennachteile ausgleichen können. Das Projekt hätte nicht so gut durchgeführt werden können, wenn nicht das koordinierende IZET Innovationszentrum Itzehoe gute Kontakte zu existierenden Virtuellen Unternehmen gehabt hätte und diese wiederum bereitwillig Wissenschaftlern Einblick in ihre Abläufe gegeben hätten. Unser Dank gilt deshalb der ausgezeichneten Unterstützung durch das IZET und besonders dem Unternehmen lynx nbs GmbH, Itzehoe, und seinem Geschäftsführer, Dr. Dirk Bisping, die uns tiefe Einblicke in ihre Arbeit gaben, damit wir konkrete Handlungsempfehlungen ableiten konnten. Mit vereinten Anstrengungen ist es so gelungen, nicht nur den Stand der wissenschaftlichen Diskussion über ein erfolgreiches Management von Virtuellen Unternehmen voranzutreiben, sondern auch den Unternehmen einen konkreten Leitfaden an die Hand zu geben, wie man ein Virtuelles Unternehmen führt. Last but not least möchten wir allen Autoren für die beigesteuerten Beiträge und Herrn Dipl.-Hdl. Dipl.-Kfm. Kai Teichmann für die Unterstützung bei der Herausgabe des Buches sehr herzlich danken.

Sönke Albers und Joachim Wolf