

Geleitwort

Der zunehmende Spezialisierungsgrad von Unternehmen bestimmt immer stärker die Struktur fortgeschrittener Volkswirtschaften. Die entstehenden hoch spezialisierten Leistungen müssen unter Berücksichtigung ihrer Komplementaritätseigenschaften so zusammengeführt werden, dass hieraus adäquate Marktlösungen resultieren. Deshalb kommt es zu einem erhöhten Bedarf an Zusammenarbeit zwischen Unternehmen. Neben der gestiegenen zwischenbetrieblichen Arbeitsteilung rufen aber auch die Besonderheiten bestimmter systemtechnologischer Entwicklungen eine vermehrte Kooperationsbereitschaft der Unternehmen hervor. Informations- und Kommunikationstechnologien sowie darauf aufbauende unternehmensübergreifende Dienstleistungskonzepte zeigen in diesem Zusammenhang erste funktionierende Geschäftsmodelle. Ob komplexe Systemarchitekturen funktionieren und sich am Markt erfolgreich durchsetzen, hängt entscheidend von der Etablierung von einem oder mehreren Standards ab, um die sich die verschiedenen Lösungsbeiträge der unterschiedlichen Spezialisten möglichst friktionsfrei gruppieren können. Für die daraus resultierende spezifische Form von Unternehmensnetzwerken hat sich der Begriff „Business Webs“ herausgebildet.

Während andere Formen von Netzwerken und Kooperationen zwischen Unternehmen bereits theoretisch und empirisch untersucht wurden, steht die Erforschung von Business Webs noch relativ am Anfang. Der Verfasser stellt sich für die vorliegende Arbeit deshalb die Aufgabe zu analysieren, warum Business Webs unter bestimmten Rahmenbedingungen anderen Koordinationsformen überlegen sind und wie die oftmals noch spontane Entwicklung von Business Webs die Bewältigung des Organisationsproblems von komplexen Systemarchitekturen unterstützen kann. Dies ist eine ebenso aktuelle wie grundlegende Problemstellung, weil Business Webs, wie in der Arbeit gezeigt wird, sich in besonderer Weise von anderen Formen der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit unterscheiden und aufgrund der informations- und kommunikationstechnologischen Durchdringung der Wirtschaft immer häufiger anzutreffen sind. Insofern besteht neben dem theoretischen auch ein praktisches Interesse an der gewählten Fragestellung.

Bei der Betrachtung von Business Webs stützt sich der Autor zum einen auf eine breite praxisorientierte sowie theoretische Fachliteratur, zum anderen auf Fallstudien über Technologieplattformen für mobile Softwareanwendungen, die er selbst recherchiert bzw. auch mitgestaltet hat. So beginnt die Analyse zunächst mit einer pragmatischen Klassifikation von multilateralen Koordinationsformen sowie einer Abgrenzung und Definition von Business Webs. Business Webs entstehen demnach in Branchen mit direkten oder indirekten Netzwerkeffekten. Die Zusammenarbeit der Unternehmen kann durch die Rollen des Shapers als den Standard bzw. die Systemarchitektur prägende Instanz sowie der Adapter, die mit ihren Teilleis-

tungen an das Kernsystem andocken, beschrieben werden. Man unterscheidet dabei in der klassischen Literatur in diesem Gebiet drei Typen von Business Webs: Technology Webs, Customer Webs und Market Webs. Auf diesen Beschreibungen aufbauend gelingt es dem Verfasser, eine sehr instruktive und erhellende Einordnung von Business Webs in das Spektrum der hybriden Koordinationsformen zu entwickeln.

Koordination und Motivation sind die Grundprobleme der Organisation. Insbesondere beim Management der Partner in Business Webs. Fokussierend auf die Ausprägungsform der Technology Webs baut der Autor eine hilfreiche Strukturanalyse auf koordinationskostentheoretischen wie auch ressourcenorientierten Überlegungen auf, die durch die dynamische Perspektive von Technology Webs im Lebenszyklus erweitert wird. Dabei verknüpft der Verfasser geschickt klassische Instrumente der Managementliteratur mit dynamischen Überlegungen des Technologie- und Marktmanagements. Ferner bedient er sich auch spieltheoretischer Überlegungen, um in den verschiedenen Phasen der Entwicklung die Partizipationsfreudigkeit der Adapter analysieren zu können und hieraus sinnvolle Gestaltungsempfehlungen für das Management der Adapter zu generieren.

Die theoretischen Überlegungen werden mit Fallstudien zu Technology Webs für mobile Dienste konfrontiert. Am Beispiel von vier in der Entstehung befindlichen Technology Webs aus dem Bereich mobiler Kommunikationsdienste kann der Verfasser tiefe Einblicke in die Genese und die interne Struktur derartiger Business Webs gewinnen und beweist dadurch, dass die theoretischen Konzepte in der Tat hilfreich sind, um reale Phänomene zu strukturieren und besser zu verstehen.

Die Stärke dieser Arbeit liegt in der prägnanten theoretischen wie empirischen Thematisierung einer aktuellen und grundlegenden Problematik. Der großen Bedeutung des Partnermanagements, die auch in anderen Feldern der Betriebswirtschaftslehre zunehmend erkannt wird, wird vor allem durch das dynamische Moment der Entwicklung von Business Webs im Lebenszyklus Rechnung getragen. Auf diese Weise wird klar, dass in vielen Märkten einerseits ein Wettbewerb zwischen Business Webs kennzeichnend ist, andererseits auch innerhalb der Business Webs eine Mischung aus Kooperation und Wettbewerb besteht.

Damit wird ein in der Fachliteratur bislang weniger beachtetes, in der Praxis dagegen ständig wichtiger werdendes Gebiet erschlossen. Der Schrift ist eine lebhaft Resonanz in der Fachwelt zu wünschen.

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot