

Tietze

## Strategische Positionierung in der Automobilbranche

Der Einsatz von virtueller Produktentwicklung und Wertschöpfungsnetzwerken

Oliver Tietze untersucht, welche wettbewerbsstrategisch relevanten Kompetenzen Unternehmen in der Automobilentwicklung neu aufbauen bzw. in welcher Richtung ausbauen müssen, um sich im Konkurrenzkampf zu behaupten. Im Mittelpunkt stehen die Implementierung der durchgängig virtuellen Automobilentwicklung und der Wechsel zu innovativen Kompetenzbasen durch die Herausbildung neuer deutlicher Kernkompetenzprofile in kooperativen Entwicklungspartnerschaften.

Vor dem Hintergrund sowohl neuer als auch sich verschärfender bestehender Anforderungen in der Automobilwirtschaft stellt sich für alle beteiligten Firmen die Frage, mit welcher strategischen Positionierung in dieser Branche in Zukunft Erfolg erzielt werden kann. Oliver Tietze untersucht aus der Perspektive der Automobilhersteller, welche wettbewerbsstrategisch relevanten Kompetenzen die Unternehmen in der Automobilentwicklung neu aufbauen bzw. in welcher Richtung ausbauen müssen, um sich im Konkurrenzkampf behaupten zu können. Im Mittelpunkt stehen dabei zwei Themenkomplexe: Zum einen die Implementierung der durchgängig virtuellen Automobilentwicklung - hier verstanden als der konsequente Einsatz modernster Informations- und Kommunikationstechnologien zur Optimierung aufgaben- und prozessbezogener Tätigkeiten - und zum anderen der Wechsel zu innovativen Kompetenzbasen durch die Herausbildung neuer deutlicher Kernkompetenzprofile in kooperativen Entwicklungspartnerschaften.



**69,99 €**

65,41 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

**Artikelnummer:** 9783824479726

**Medium:** Buch

**ISBN:** 978-3-8244-7972-6

**Verlag:** Deutscher Universitätsverlag

**Erscheinungstermin:** 30.10.2003

**Sprache(n):** Deutsch

**Auflage:** 2003

**Serie:** Strategisches Kompetenz-  
Management

**Produktform:** Kartoniert

**Gewicht:** 461 g

**Seiten:** 325

**Format (B x H):** 148 x 210 mm

