

Oskar Grün / Jean-Claude Brunner

Der Kunde als Dienstleister

Von der Selbstbedienung
zur Co-Produktion



Inhaltsverzeichnis

GELEITWORT	5
VORWORT	7
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	13
ÜBERBLICK	15

TEIL I: EINFÜHRUNG..... 17

1. MERKMALE DER CO-PRODUKTION.....	19
1.1 DREI BEISPIELE ZUR EINFÜHRUNG.....	19
1.2 MERKMAL AUFGABENVERLAGERUNG ZUM KUNDEN	23
1.3 MERKMAL SPEZIFISCHE RESSOURCEN	28
1.4 MERKMAL KOOPERATION.....	31
1.5 MERKMAL NUTZEN	32
1.6 VARIANTEN UND ABGRENZUNGEN	34
2. ENTWICKLUNG DER CO-PRODUKTION	41
2.1 ÜBERBLICK	41
2.2 CO-PRODUKTION DURCH SUBSTITUTION	42
2.3 CO-PRODUKTION DURCH VIRTUELLE PRODUKTE.....	48
2.4 CO-PRODUKTION DURCH USER COMMUNITIES.....	49
3. TREIBER UND BREMSER DER CO-PRODUKTION.....	51
3.1 TREIBER TECHNOLOGIE.....	52
3.2 TREIBER TRANSAKTIONS-KOSTEN.....	54
3.3 TREIBER KUNDE	57
3.4 BREMSER DER CO-PRODUKTION	62

TEIL II: CO-PRODUKTIONSSYSTEM..... 67

1. PRODUKT.....	69
1.1 BESCHÄFFENHEIT	71
1.2 VERWENDUNGSZWECK.....	73
1.3 PRODUKTWISSEN	73
1.4 BEDARFSCHARAKTERISTIK	74
1.5 KUNDENSPEZIFITÄT.....	75
1.6 KOSTEN	76
1.7 BEISPIEL HAUSHALTS-MÜLL	77
1.8 PRODUKT-PORTFOLIO	80

1.9	CHECKLISTE ZUM PRODUKT.....	82
2.	PROZESSE.....	83
2.1	STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNGEN.....	85
2.2	AUFBAU INFRASTRUKTUR.....	86
2.3	BETRIEB.....	88
2.4	WARTUNG UND SYSTEMOPTIMIERUNG	93
2.5	PROZESS-STRUKTUREN	94
2.6	CHECKLISTE ZU PROZESSEN.....	99
3.	PRODUZENT	101
3.1	STRATEGIE.....	103
3.2	NUTZEN	109
3.3	RESSOURCEN	113
3.4	CHECKLISTE ZUM PRODUZENTEN	116
4.	PROSUMER.....	117
4.1	STRATEGIE.....	118
4.2	NUTZEN	122
4.3	RESSOURCEN	126
4.4	CHECKLISTE ZUM PROSUMER	130
5.	PORTAL.....	131
5.1	DREI BEISPIELE ZUR EINFÜHRUNG.....	132
5.2	FUNKTIONEN	136
5.3	MÄCHTIGKEIT	139
5.4	KOMPONENTEN	140
5.5	ERFOLGSFAKTOREN.....	142
5.6	CHECKLISTE ZUM PORTAL.....	146
6.	FAZIT UND AUSBLICK.....	147
 TEIL III: FALLSTUDIEN.....		153
1.	CO-PRODUKTION IM RETAILBANKING	155
1.1	ENTWICKLUNG	155
1.2	STRATEGISCHE RELEVANZ.....	157
1.3	PRODUKT	159
1.4	PRODUZENT.....	160
1.5	PROSUMER.....	164
1.6	PORTAL	166
1.7	ERFOLGSPOTENTIALE UND ANWENDUNGSBEDINGUNGEN.....	167
2.	MITARBEITER ALS PROSUMER (B2E)	173
2.1	TREIBER DER UNTERNEHMUNGSINTERNEN CO-PRODUKTION	173
2.2	PRODUKT	175
10		

2.3	PROZESSE	177
2.4	PRODUZENT	178
2.5	PROSUMER.....	179
2.6	PORTAL	180
2.7	ERFOLGSPOTENTIALE UND ANWENDUNGSBEDINGUNGEN.....	182
2.8	B2E-IMPLEMENTATION IN DER PRAXIS	184
3.	CO-PRODUKTION IN DER ÖFFENTLICHEN VERWALTUNG.....	189
3.1	SPEZIFIKA DER VERWALTUNGSREFORM	189
3.2	PRODUKTE	190
3.3	PRODUZENTEN.....	193
3.4	PROSUMER.....	194
3.5	PORTAL	195
3.6	BEISPIEL BETRIEBSANLAGENGENEHMIGUNGSVERFAHREN.....	195
3.7	BEISPIEL WWW.RODERSDORF.CH.....	203
3.8	ERFOLGSPOTENTIALE UND ANWENDUNGSBEDINGUNGEN.....	208
4.	CO-PRODUKTION IN DER KRANKENVERSICHERUNG	213
4.1	DAS GESUNDHEITSSYSTEM ALS HERAUSFORDERUNG	213
4.2	AKTEURE UND IHR CO-PRODUKTIONS-POTENTIAL.....	214
4.3	KERNPROZESSE IM GESUNDHEITSSYSTEM	217
4.4	BEISPIEL AOK BADEN-WÜRTTEMBERG.....	219
4.5	PRAXISKOMMENTAR ZUR FALLSTUDIE	225
4.6	ERFOLGSPOTENTIALE UND ANWENDUNGSBEDINGUNGEN.....	229
5.	CO-PRODUKTION IN DER ALTENBETREUUNG.....	233
5.1	ALTENBETREUUNG IN DER KRISE.....	233
5.2	DEMENTZSTATION IM GERIATRIEZENTRUM AM WIENERWALD	236
5.3	ALTENBETREUUNG ALS CO-PRODUKTIONSSYSTEM	239
5.4	PRODUKT	239
5.5	PRODUZENT	241
5.6	PROSUMER.....	245
5.7	PORTAL	248
5.8	ERFOLGSPOTENTIALE UND ANWENDUNGSBEDINGUNGEN.....	250
	LITERATURVERZEICHNIS.....	255