



S 1

## Weiterführende Literatur

### **Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte**

virtual corporation/virtual products

#### **Virtuelle Unternehmen:**

#### **Begriffsbildung und -diskussion**

O. Arnold, M. Härtling

Hg. Prof. Dr. Dieter Ehrensberg

Institut für Wirtschaftsinformatik-

Universität Leipzig

Eigenverlag, Arbeitsbericht Nr. 9

Leipzig 1995

oder / or

online im Internet / online on the web:

<http://www.uni-leipzig.de/wifa/oki/VU-Abs.html>

#### **Losgröße eins und virtuelle Produkte**

**Computertechnik und neue Fertigungsweisen  
verändern Anforderungen und Möglichkeiten  
des Designs**

Bernhard E. Bürdek

**in Blick durch die Wirtschaft der FAZ-**

**1.8.1996, Jahrgang 38 / Nr. 146**

**Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte**

virtual corporation/virtual products

**Neue Organisationsformen im Unternehmen****Ein Handbuch für das moderne Management****Hans-Jörg Bullinger, Hans Jürgen Warnecke (Hg.)****Springer Verlag GmbH & Co KG Berlin,****Heidelberg, New York, 1996****ISBN 3-540-60263-1****Agile Product Development for****Mass Customization****M. David, P.E. Anderson, B. Joseph Pine****Irwin Professional Publishing, 1996****ISBN 07-8631-1754****The Virtual Corporation****Structuring and Revitalization the Corporation  
for the 21st Century****William H. Davidow und Michael S. Malone****Harper Collins, New York 1992****Reprint Edition, Harperbusiness, 1993****ISBN 08-8730-6578**

oder / or

**Das virtuelle Unternehmen****Der Kunde als Co-Produzent****William H. Davidow und Michael S. Malone****aus dem Englischen von Hasso Rost****Campus Verlag, Frankfurt / Main, New York 1993****ISBN 3-593-34947-7**



S 3

## Weiterführende Literatur

### **Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte**

virtual corporation/virtual products

### **Anders arbeiten, anders leben - andere Gesellschaft?**

**Edgar Einemann**

**in Verlagsbeilage „CeBIT’97“**

**der Frankfurter Rundschau, 13.3.1997**

### **Virtuelle Alternativen?**

**Jochen Gros**

**in: Welche Dinge braucht der Mensch?**

**Hintergründe, Folgen und Perspektiven**

**der heutigen Alltagskultur**

**Hg. Dagmar Steffen**

**Anabas-Verlag Günter Kämpf KG, Gießen 1995**

**ISBN 3-87038-275-9**



**Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte**

virtual corporation/virtual products

**Virtuelle Organisation**

**Informations- und kommunikationstechnische  
Infrastrukturen ermöglichen neue Formen der  
Zusammenarbeit**

**Stefan Klein**

**Institut für Wirtschaftsinformatik,**

**Hochschule St. Gallen, 1996**

**Online im Internet / online on the web:**

**<http://www-iwi.unisg.ch/iwipub/internet.html>**

**Wer sich ändert, gewinnt Verhängnisvolles  
Schielen auf den Erfolg von gestern**

**Ulrich Klotz**

**Teil 1 der Serie: „Lehren aus der Computer-  
industrie“**

**in Blick durch die Wirtschaft der FAZ, 24.1.1995**



S 5

## Weiterführende Literatur

### **Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte**

virtual corporation/virtual products

#### **Abschied vom Dienstweg**

#### **Die Arbeit in der Informationsgesellschaft**

Ulrich Klotz

Teil 2 der Serie: „Lehren aus der Computer-industrie“

in Blick durch die Wirtschaft der FAZ, 25.1.1995

#### **Vom Massenmarkt zum virtuellen Produkt**

Ulrich Klotz

Teil I der Serie „ZukunftsArbeit“

in Computer 1/96, Bund Verlag, Köln 1996

#### **Vom Fließband zur Firma Morgana**

Ulrich Klotz

Teil II der Serie „ZukunftsArbeit“

in Computer 2/96, Bund Verlag, Köln 1996



## Weiterführende Literatur

### Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte

virtual corporation/virtual products

### Kooperationsmodelle für vernetzte KMU-Strukturen

C. Kocian, F. Milius, M. Nüttgens,

J. Sander, A.-W. Scheer

Institut für Wirtschaftsinformatik,

Universität Saarbrücken

Eigenverlag, Heft 120, Saarbrücken 1995

### Being Digital

The Road Map for the Survival  
on the Information Highway

Nicholas Negroponte

Hodder & Stoughton, London 1995

ISBN 0 340 64525 3

oder / or

### Total Digital

Die Welt zwischen 0 und 1

oder Die Zukunft der Kommunikation

Nicholas Negroponte

Aus dem Amerikanischen von

Franca Fritz und Heinrich Koop

C. Bertelsmann Verlag GmbH, München 1995

ISBN 3-570-12201-8



S 7

## Weiterführende Literatur

### Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte

virtual corporation/virtual products

#### Mass Customization

#### The New Frontiers in Business Competition

B. Joseph Pine

Harvard Business School Press, Boston 1993

ISBN 08-7584-3727

oder / or

#### Massgeschneiderte Massenfertigung

#### Neue Dimensionen im Wettbewerb

B. Joseph Pine

aus dem Amerikanischen von

Hannelore Fischer

Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuther, Wien 1994

ISBN 3-901260-66-8

#### Digital Economy

#### Promise and Peril in the age of networked intelligence

Don Tapscott

McGraw Hill, New York 1996

ISBN 0-07-062200-0

oder / or

#### Die digitale Revolution

#### Verheißung einer vernetzten Welt - die Folgen für Wirtschaft, Management und Gesellschaft

Don Tapscott

Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler,  
Wiesbaden 1996

ISBN 3-409-18929-7



s 8

## Weiterführende Literatur

### **Virtuelles Unternehmen / Virtuelle Produkte**

virtual corporation/virtual products

### **Revolution der Unternehmenskultur**

#### **Das Fraktale Unternehmen**

**Hans Jürgen Warnecke**

**Springer Verlag GmbH & Co KG Berlin,**

**Heidelberg, New York 1993, 2. Auflage**

**ISBN 3-540-57196-5**

### **Mass Customization: Japan's New Frontier**

**R. Westbrook, P. Williamson**

**in: European Management Journal, Vol. 11, No. 1**

**pp. 38-45, 1993**

