

Niclas F. Krauss

Strategische Perspektiven des Humanressourcen- Managements

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Max J.VRinglstetter

Deutscher Universitäts-Verlag

INHALTSVERZEICHNIS

GELEITWORT.....V

VORWORT.....VII

INHALTSVERZEICHNIS.....XI

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....XVII

EINFÜHRUNG.....1

(rl) Defizite in der Theorie des „strategischen“ HRM und
Zielsetzungen der Arbeit.....4

(2) Ein Bezugsrahmen zumHRM.....7

(3) „Gemäßigter Pragmatismus“ als Grundposition.....14

(4) Zum weiteren Vorgehen.....16

TEIL I **INHALTLICHE PERSPEKTIVEN: STRATEGIE, HRM UND ERFOLG.....19**

1.1 Annäherung an die strategische Dimension des HRM.....20

%
•• 1.1.1 Strategische Grundkonzeptionen eines HRM.....20

(1) Konzeptionen zum „strategischen“ HRM.....21

(2) Der Fit-Gedanke als wesentliches Merkmal eines
„strategischen“ HRM..... 22

^,3) * HRM-Strategien als konsistenzstiftende Kraft.....25

1.1.2 Strukturierung des Forschungsfeldes zum weiteren
Vorgehen.....28

(1) Vertikaler und horizontaler Fit im HRM.....28

(2) Ein Variablenschema zur Diskussion der Inhalte eines
strategisch orientierten HRM.....30

1.2	Horizontale Konsistenz und normative Ansätze eines „strategischen“ HRM.....	32
1.2.1	Inhalt und Erfolgsrelevanz der normativen Ansätze.....	32
	(1) Best-Practice-Ansätze des HRM.....	33
	(2) HRM-Konfigurations -Ansätze.....	39
	(3) Die normative Begründung innovativer HRM-Konfigurationen.....	45
1.2.2	Kritische Würdigung der Ansätze zur horizontalen	
	• Konsistenz des HRM.....	47
	(1) Methodische Kritik der empirischen Studien.....	48
	(2) Inhaltliche Kritik der Prämissen der normativen Ansätze.....	49
1.3	Vertikaler Fit des HRM zur Unternehmensstrategie.....	54
1.3.1	Denkschulen zum vertikalen Fit des HRM.....	56
	(1) Kontingenzansätze: Die Ausgestaltung der Aufgabenfelder und Praktiken eines HRM in Abhängigkeit von der Unternehmensstrategie.....	57
	^A (2) Kontingente Konfigurationsansätze: HRM-Strategien in Abhängigkeit von der Unternehmensstrategie.....	63
	¹ (3) Der Ansatz von Miles und Snow.....	70
1.3.2	Empirische Befunde zum vertikalen Fit des HRM.....	73
	(1) Empirische Ergebnisse zur Existenz des vertikalen Fit im HRM.....	74
	(2) Empirische Ergebnisse zur Erfolgsrelevanz des vertikalen Fit im HRM.....	78
1.4	Zusammenfassung zentraler Ergebnisse: Horizontaler und vertikaler Fit als Essenz eines strategisch orientierten HRM.....	83

TEIL II	PROZESSUALE PERSPEKTIVEN: HRM UND STRATEGIEGENESE	89
II.1	HRM in idealtypischen Konzepten der strategischen- Planung.....	91
11.1.1	Integration des HRM in die strategische Planung.....	92
	(1) HRM als derivative Implementierungsfunktion.....	92
	(2) Gründe für eine Beitragsfunktion des HRM zur Strategieformulierung.....	96
	(3) Möglichkeiten der Integration des HRM in die Strategieformulierung.....	100
II.1.2	Ausmaß der Integration des HRM in die strategische Planung.....	105
	(1) Einflussfaktoren der strategischen Integration des HRM.....	105
	(2) Eskalationsstufen der strategischen Integration des HRM.....	107
11:2	Einflüsse des HRM auf die Unternehmensentwicklung jenseits idealtypischer Planungskonzeptionen.....	111
11.2.1	Operative Implementierungsbrüche durch unklare Mittel.....	113
	(1) Das Grundproblem des Eigensinns.....	113
	(2) Konsequenzen des Eigensinns.....	115
11.2.2	Strategische Implementierungsbrüche durch unklare Vorgaben.....	117
	(1) Gründe für unklare strategische Vorgaben.....	118
	(2) Empirische Befunde: Zielunklarheiten infolge mangelnder Integration.....	120
11.2.3	HRM und Strategieformierung.....	124
	(1) Komponenten der Unternehmensentwicklung.....	126
	(2) Beispiele zu originären Einflüssen des HRM auf die Strategieformierung.....	128
	(3) HRM im Spannungsfeld zwischen Integration und Flexibilität.....	130
II.3	Zusammenfassung zentraler Ergebnisse: Rollen des HRM in der Strategiegenese.....	133

%

TEIL III	LEITGEDANKEN FÜR EIN STRATEGISCHES HRM.....	139
111.1	Originäre Ressourcenorientierung im HRM.....	140
III. 1.1	HR als kritische Ressourcen im ressourcenorientierten Ansatz.....	140
	(1) Grundgedanken des ressourcenorientierten Ansatzes.....	141
	(2) Kriterien strategisch relevanter Ressourcen.....	143
	(3) Humanressourcen als kritische Ressourcen.....	149
III. 1.2	Leitgedanke 1: Die Genese nachhaltiger Wettbewerbsvorteile.....	153
	(1) Wettbewerbsorientierung.....	154
	(2) Potenzialorientierung.....	159
	(3) Strategisches HRM als nachhaltiger Wettbewerbsvorteil.....	166
111.2	Eine aktorenorientierte Betrachtung des strategischen HRM.....	172
111.2.1	Organisatorische Aspekte der Gestaltung eines strategischen HRM.....	173
^{„A}	(1) Erosionstendenzen im HRM.....	174
	(2) Träger struktureller und interaktioneller Aufgaben des HRM.....	179
	(3) Modelle des HRM: Integration und Dezentralisierung.....	183
111.2.2	Leitgedanke 2: Strategische Professionalisierung im HRM.....	184
	(1) Grundgedanken der Professionalisierung.....	186
	(2) Strategische Professionalisierung: Eine neue Rolle für HRM-Professionals.....	189
[^] ^{^3}	(3) Skizze zu einem Kompetenzprofil für HRM-Professionals.....	192
III.3	Zusammenfassung zentraler Ergebnisse: Strategische Professionalisierung für originäre und derivative Beiträge des HRM zur Unternehmensentwicklung.....	195

SCHLUSSBETRACHTUNG.....199

- (1) Ein Bezugsrahmen zum strategischen HRM.....199
- (2) HRM als „Unternehmen im Unternehmen“?.....201
- (3) Ausblick: Ansatzpunkte für die zukünftige Forschung.....208

LITERATURVERZEICHNIS.....211