

ENTWURF UND BEWERTUNG VON STRATEGIEN

Rainer Reichert

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	35.880
Abstell-Nr. :	A.12/1269
Sachgebiete:	1.2.2
	5.1.1

000 222 62

37

München 1984

Planungs- und Organisationswissenschaftliche Schriften
Herausgeber: Prof. Dr. Werner Kirsch
Wartaweil 25, 8036 Herrsching, Telefon 0 8152 / 34 09

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

1. EINLEITUNG: ENTWURF UND BEWERTUNG VON STRATEGIEN FÜR UND IN UNTERNEHMEN ALS PROBLEM DER STRATEGISCHEN UNTERNEHMENSFÜHRUNG	1
1.1 DEKOMPONIEREN UND KONSOLIDIEREN: BASISAKTIVITÄTEN DER PLANUNG VON STRATEGIEN FÜR UNTERNEHMEN	2
1.2 DIE STRUKTURIERUNG VON ENTWURF UND BEWERTUNG DURCH DAS PROBLEMLÖSUNGSKALKÜL	8
1.3 DIE FÜHRUNGSPHILOSOPHIE DES STRATEGISCHEN MANagements ALS RAHMEN FÜR EINE RATIONALERE PLANUNG VON STRATEGIEN	14
1.4 DIE PLANUNG VON STRATEGIEN IN UNTERNEHMEN - EIN POLITISCHER PROZESS	20
1.5 AUSBLICK AUF DEN WEITEREN GANG DER ARBEIT	26
2. ENTWURF UND BEWERTUNG VON STRATEGIEN ALS UNTERNEHMERISCHES UND ERKENNTNISTHEORETISCHES PROBLEM	30
2.1 ERFOLG ALS RESULTANTE VON INITIATIVE, ERKENNTNIS UND INTUITION	31
2.2 UNTERNEHMERISCHE INITIATIVE ALS GRUNDLEGENDES STRATEGISCHES PROBLEM	36
2.21 DIE LEHRE VOM INNOVATIVEN UNTERNEHMER ALS ERGÄNZUNG DES KONZEPTS DES STRATEGISCHEN MANagements	36
2.22 UNTERNEHMERISCHE INITIATIVE - DER HEUTIGE ENGPASSFAKTOR	39

	Seite
2.23 "CORPORATE ENTREPRENEURS"	43
2.24 DIE ORGANISATORISCHE EINGLIEDERUNG VON UNTERNEHMERN	45
2.3 DAS AUFFINDEN UND BEWERTEN VON IDEEN ALS ERKENNTNISPROBLEM	47
2.31 DIE HILFESTELLUNG DER PHILOSOPHISCHEN ERKENNTNISTHEORIE FÜR ENTWURF UND BEWERTUNG VON STRATEGIEN	50
2.32 PSYCHOLOGISCHE ASPEKTE DES ENTWURFS UND DER BEWERTUNG VON STRATEGIEN	61
2.4 INTUITION	74
2.41 ZUM BEGRIFF	74
2.42 "VON RECHTS NACH LINKS - UND ZÜRÜCK"	78
2.43 MÖGLICHKEITEN DER UNTERSTÜTZUNG	82
3. ENTWURF UND BEWERTUNG VON STRATEGIEN IM LICHT DER PHILOSOPHIE DES STRATEGISCHEN MANAGEMENTS	85
3.1 STRATEGISCHE PLANUNG UND DIE FORTENTWICKLUNG STRATEGISCHEN DENKENS	86
3.11 INHALTE UND VERBREITUNG DER ENTWICK- LUNGSSTUFEN DES STRATEGISCHEN MANAGEMENTS	87
3.12 DIE NOTWENDIGKEIT EINES STRATEGISCHEN MANAGEMENTS	95
3.13 DIE FORTSCHRITTSFÄHIGE ORGANISATION ALS LEITGEDANKE DER EVOLUTION EINER UNTERNEHMUNG	101

	Seite
3.14 KULTURELLE TRANSFORMATION - DAS ZENTRALE ANLIEGEN EINES STRATEGISCHEN MANagements	106
3.2 HAUPTMERKMALE EINES STRATEGISCHEN MANagements UND IHRE BEDEUTUNG FÜR DEN ENTWURF UND DIE BEWERTUNG STRATEGISCHER PROGRAMME	110
3.21 MIXED SCANNING	111
3.22 ROBUSTE ERSTE SCHRITTE	113
3.23 BEDÜRFNISBERÜCKSICHTIGUNG	114
3.24 DENKEN IN POTENTIALEN	117
3.3 ENTWURF UND BEWERTUNG VON STRATEGIEN IM SPEKTRUM EINES STRATEGISCHEN MANagements	124
3.31 DAS SPEKTRUM DES STRATEGISCHEN MANagements	124
3.32 ENTWURF UND BEWERTUNG ALS PHASENPROZESSE ZWISCHEN STRATEGISCHER ANALYSE UND STRATEGISCHER STEUERUNG	128
3.33 DIE BEDEUTUNG DES UNTERNEHMENSPOLITISCHEN RAHMENS FÜR DEN ENTWURF UND DIE BEWERTUNG VON STRATEGIEN	142
3.34 AUSBLICK: DAS AUFGABENSPEKTRUM DER STRATEGISCHEN PLANUNG	150
4. METHODEN, ERFOLGSTHEORIEN UND KRITERIEN FÜR DEN ENTWURF UND DIE BEWERTUNG VON STRATEGIEN	154
4.1 DIE WECHSELWIRKUNGEN ZWISCHEN METHODEN, ERFOLGSTHEORIEN UND KRITERIEN	155

	Seite
4.11 ERFOLGSTHEORIEN ALS BESTANDTEILE VON METHODEN UND KRITERIEN	156
4.12 LAIENTHEORIEN UND WISSENSCHAFTLICHE EROLGSTHEORIEN	161
4.13 DIE HEURISTISCHE KRAFT VON METHODEN VOR DEM HINTERGRUND CHRONISCH UNREIFER SOZIALWISSENSCHAFTEN	165
4.2 METHODEN FÜR DEN ENTWURF UND DIE BEWERTUNG VON STRATEGIEN	167
4.21 DIMENSIONEN UND VERBREITUNG VON METHODEN	168
4.22 METHODENÜBERBLICK	175
4.3 KRITERIEN FÜR DIE BEWERTUNG VON STRATEGIEN UND IHR FINBAU IN DEN BEWERTUNGSPROZESS	204
4.31 DER BEWERTUNGSPROZESS IM SINNE DES MITTEL-ZWECK-DENKENS	204
4.32 KRITERIEN ALS BASIS DER BEWERTUNG UND AUCH DES ENTWURFS VON STRATEGIEN	209
4.4 AUSBLICK: MOLARE VS. MOLEKULARE METHODEN	218
5. ANSÄTZE FÜR DIE ORGANISATION UND SYSTEMGESTALTUNG	219
5.1 GESTALT UND FUNKTION DER STRATEGISCHEN PLANUNG IN EINER ORGANISATION	220
5.11 PLANUNGSABTEILUNG ALS METHODENUNTER- STÜTZUNGSABTEILUNG	221

	Seite
5.12 AUFBAUORGANISATION ZUM ENTWURF UND ZUR BEWERTUNG VON STRATEGIEN	224
5.13 MOLARE SCHEMATA ALS BASIS FÜR DIE WEI- TERE AUSGESTALTUNG DER ORGANISATION	232
5.2 ABLAUFORGANISATION DES ENTWURFS UND DER BEWERTUNG VON STRATEGIEN	235
5.21 LINEARES VS. ITERATIVES VORGEHEN	236
5.22 GRUNDLEGENDE ABLAUFSCHEMATA	242
5.23 "PACKAGING" - DAS AUSFORMULIEREN VON STRATEGISCHEN PROGRAMMPAKETEN FÜR UNTERNEHMEN	253
5.3 PLANUNGSPHILOSOPHIEN ALS REKONSTRUKTION MÖGLICHER VORGEHENSWEISEN	262
5.31 DIALEKTISCHE PLANUNG: DER ANSATZ ZU MEHR PLURALISMUS IN DER PLANUNG	264
5.32 ARGUMENTATIONSTHEORIEN ALS RAHMEN FÜR DIE BEURTEILUNG VON MOLAREN METHODEN	267
5.4 DIE AUSGESTALTUNG DER FLANKIERENDEN SYSTEME IM HINBLICK AUF DEN ENTWURF UND DIE BEWER- TUNG VON STRATEGIEN	273
5.41 INFORMATIONSSYSTEME	276
5.42 ORGANISATIONSENTWICKLUNG	280
5.43 ANREIZ- UND SANKTIONSSYSTEME	283

	Seite
6. "SMALL IS BEAUTIFULL", SELBSTORGANISATION, VENTURES, ADHOCRACY, ETC. ... - EINE ALTERNATIVE ZU PLANUNGSBÜROKRATIEN?	289
ANHANG: ENTWURF UND BEWERTUNG STRATEGISCHER PRO- GRAMME ALS TEIL EINES PRAXISPROJEKTS	295
1. HEMDSÄRMELIGKEIT IM DETAIL - VERFEINERUNG IM RAHMEN	
2. ENTWURF UND BEWERTUNG ALS STUFENPROZESS- DER STRATEGISCHE FÄCHER	
3. STRATEGISCHE KATALOGE UND TESTEINHEITEN	
4. DIE BEHANDLUNG VON SCHLÜSSELPROBLEMEN UND PRÄMISSEN	
LITERATURVERZEICHNIS	