

Wirtschaftslehre der Unternehmung

Band 1

Grundlagen und Zielsetzung

Zweite überarbeitete Auflage

von

DR. RALF-BODO SCHMIDT

o. Professor für Betriebswirtschaftslehre
an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau

MCMLXXVII

C. E. POESCHEL VERLAG

STUTTGART

Inhaltsverzeichnis

A. EINFÜHRUNG	1
B. DIE UNTERNEHMUNG ALS GEGENSTAND EINER WIRTSCHAFTSLEHRE	9
I. Objekt und Methoden der Wirtschaftswissenschaft	9
1. Analysen von Betriebsprozessen	9
a) Erfahrungsobjekt der Wirtschaftswissenschaft	9
b) Erkenntnisobjekt der Wirtschaftswissenschaft	10
c) Disziplinäre Analysen der Betriebe	15
d) Interdisziplinäre Analyse der Betriebe	18
Weiterführende Spezialliteratur	20
2. Forschungsansätze und Wissenschaftsziele der Wirtschaftswissenschaft	20
a) Normative Wirtschaftswissenschaft	20
b) Realtheoretische Wirtschaftswissenschaft	23
c) Entscheidungsorientierte Wirtschaftswissenschaft	25
Weiterführende Spezialliteratur	27
3. Methoden der Wirtschaftswissenschaft	28
a) Methodenwahl	28
(a) Methodenmonismus oder -pluralismus	28
(b) Methodeneinheit	29
b) Darstellungsmethoden	30
c) Forschungsmethoden	32
(a) Begründungsmethoden	32
(b) Entdeckungsmethoden	38
Weiterführende Spezialliteratur	39
II. Betriebe und Betriebsarten	40
1. Elementare Betriebstypen	40
a) Private Haushaltungen	41
b) Öffentliche Verwaltungsbetriebe	42
c) Unternehmungen	42

2. Betriebsverbindungen	43
3. Rechtsformen von Unternehmungen	43
a) Einzelfirma	43
b) Personengesellschaften	44
c) Kapitalgesellschaften	46
Weiterführende Spezialliteratur	47
C. DIE INSTRUMENTALFUNKTION DER UNTERNEHMUNG	48
I. Die Unternehmung als Instrument	48
1. Der wirtschaftende Mensch und die Unternehmung	48
2. Die Instrumentalthese	51
a) Konzeption	51
b) Alternative Deutungen der Unternehmung	53
c) Aussagefähigkeit der Instrumentalthese	58
II. Deutung der Instrumentalbeziehungen zur Unternehmung und der Trägerschaft an der Unternehmung	60
1. Instrumentalbeziehungen	60
2. Trägerschaft	61
a) Mögliche Merkmale	61
(a) Kapitalaufbringung	62
(b) Risikoübernahme	63
(c) Beteiligung am Unternehmungserfolg	64
(d) Entscheidungsausübung	65
b) Konstituierende Merkmale	65
III. Instrumentalbeziehungen und Trägerschaft einzelner Interessentengruppen	66
1. Eigenkapitalgeber	67
2. Unternehmungsleiter	72
3. Arbeitnehmer	75
4. Fremdkapitalgeber	81
5. Lieferanten, Kunden und Konkurrenten	82
6. Berufsständische und politische Organisationen	85
7. Gebietskörperschaften und öffentliche Institutionen	86
8. Interessenverknüpfungen	87
IV. Ziele typischer Unternehmungsträgergruppen	89
1. Trägerinteressen und Individualziele	89

a) Persönliche Ziele von Unternehmungsträgern	90
b) Persönliche Ziele realer Unternehmungsträgergruppen	93
2. Übertragbarkeit von Individualzielen auf die Unternehmung	102
V. Die Akzeptanz dominierender Interessenlagen	105
Weiterführende Spezialliteratur	110
D. DIE ZIELKONZEPTION DER UNTERNEHMUNG	112
I. Bedeutung und Inhalt der Unternehmungsziele	112
1. Setzung von Unternehmungszielen als Ausdruck instrumentalen Handelns	112
2. Arten von Unternehmungszielen	116
a) Erfolgsziele	117
(a) Erfolgsbegriffe	117
(b) Erfolgsentstehungsziele	119
(c) Erfolgsverwendungsziele	120
b) Liquiditätsziel	122
c) Produktziele	123
(a) Produktartenziele	123
(b) Produktmengenziele	124
3. Operationalität der Ziele	125
a) Verfolgbarkeit	125
b) Meßbarkeit	126
c) Zeitbezug	127
II. Entstehung von Zielkonzeptionen der Unternehmung	128
1. Setzung der Zielkonzeption	128
a) Wahl von Unternehmungszielen	128
b) Auflage von Unternehmungszielen	134
c) Gewichtung und Ordnung der Unternehmungsziele	135
(a) Bewältigung von Zielkonflikten	136
(b) Rangordnung der Ziele	136
2. Prozesse der Zielwahl	138
III. Struktur von Zielkonzeptionen der Unternehmung	141
1. Pluralität von Zielkonzeptionen	141
2. Fern- und Nahzielkonzeptionen	142
3. Typische Zielkonzeptionen	144
4. Bereichsbezogene Präzisierungen von Zielkonzeptionen	146
a) Zielkonzeption und Bereichszielhierarchien	148
b) Die Entstehung von Bereichszielkonzeptionen	149
(a) Formulierung von Unterzielen	149

(b) Ergänzende Zielvorstellungen der Zielerreichungsträger	152
IV. Änderungen von Zielkonzeptionen der Unternehmung	154
1. Formen und Anlässe für Zieländerungen	155
a) Freiwillige Zieländerungen	155
b) Erzwungene Zieländerungen	156
2. Zieländerungsalternativen	158
a) Zielaufgabe und Zielschrumpfung	158
b) Zielexpansion und Zielintensivierung	159
Weiterführende Spezialliteratur	160
Literaturverzeichnis	162
Personenverzeichnis	185
Stichwortverzeichnis	187