

Dr. Bernd Venohr

„Marktgesetze“ und strategische Unternehmensführung

Eine kritische Analyse des PIMS-Programms

A12 -
1.2.2
1.2.3
S.1.1

| | |
|---------------------------------|-----------|
| TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT | |
| Fachbereich 1 | |
| <u>Gesamtbibliothek</u> | |
| <u>Betriebswirtschaftslehre</u> | |
| Inventar-Nr. : | 39.399 |
| Abstell-Nr. : | A.12/1507 |
| Sachgebiete: | 1.2.2 |
| | 1.2.3 |
| | S.1.1 |

GABLER

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Geleitwort von Prof. Dr. Hartmut Kreikebaum | V |
| Vorwort | VII |
| Verzeichnis der Abbildungen | XIII |
| Verzeichnis der Tabellen | XIV |
| Verzeichnis der Abkürzungen | XV |
| 1. Problemstellung | 1 |
| 2. Der theoretische Bezugsrahmen der Arbeit | 13 |
| 2.1. Grundfragen einer Theorie der strategischen Unternehmensführung | 13 |
| 2.1.1. Präzisierung des zugrundegelegten Theoriebegriffs | 13 |
| 2.1.2. Die Begriffe Strategie, strategische Unternehmensplanung und strategische Unternehmensführung | 15 |
| 2.2. „The Economics of Strategy“: Vorüberlegungen zu einer Theorie der strategischen Unternehmensführung auf der Basis wirtschaftstheoretischer Ansätze | 23 |
| 2.2.1. Dauerhafte Gewinnunterschiede als Problemkern | 23 |
| 2.2.2. Unternehmensziele und Wettbewerbsvorteile | 25 |
| 2.2.3. Die Beziehung Unternehmung – Umwelt | 32 |
| 2.2.4. Unsicherheit, strategische Unternehmensführung und die Entstehung ökonomischer Gewinne | 38 |
| 3. Bisherige Entwicklung, Prämissen und Ziele des PIMS-Programms | 47 |
| 3.1. Die Geschichte des PIMS-Programms | 47 |
| 3.2. Die expliziten und impliziten Prämissen des PIMS-Programms | 51 |
| 3.2.1. Die Relevanz der „Erfahrungen“ anderer („vergleichbarer“) Geschäftseinheiten | 51 |
| 3.2.2. Die Existenz von „laws of the market-place“ („Marktgesetzen“) | 55 |
| 3.2.3. Strategiebestimmung als „applied science“ | 57 |
| 3.3. Der Zielkatalog des PIMS-Programms | 59 |
| 4. Der Aufbau der PIMS-Datenbank(en) | 62 |
| 4.1. Strategische Geschäftseinheiten als Bezugsobjekte der Datenerhebung | 62 |
| 4.2. Die SPI-Mitgliedsunternehmen | 66 |
| 4.3. Die verschiedenen Datenbanken | 69 |
| 4.4. Grundfragen der Datenerhebung | 71 |
| 4.4.1. Die PIMS „Data Forms“ | 71 |
| 4.4.2. Der Prozeß der Datenerhebung, -aufbereitung und -analyse | 73 |
| | IX |

| | |
|---|-----|
| 5. PIMS-Modelle und -Berichte: Ziele, Typen und Anwendung im Rahmen der strategischen Planung | 75 |
| 5.1. Die Rolle der PIMS-Modelle/-Berichte innerhalb des PIMS-Programms | 75 |
| 5.2. Die wichtigsten PIMS-Modelle im Überblick | 76 |
| 5.2.1. Das PAR-ROI-Modell | 76 |
| 5.2.2. PAR-Modelle für andere Bereiche | 101 |
| 5.2.3. Das ROLA-Modell | 102 |
| 5.2.4. Das Strategie-Simulationsmodell | 106 |
| 5.2.5. Das „Limited Information“-Modell (LIM) | 112 |
| 5.2.6. Das „Business Start-Up“-Modell | 113 |
| | |
| 6. Das PIMS-Programm als Baustein zur einer erklärenden Theorie der strategischen Unternehmensführung. Die Probleme der Entdeckung von Marktgesetzen, dargestellt am Beispiel der Beziehung Marktanteil – Return on Investment | 117 |
| 6.1. Vorüberlegungen zur Beziehung MA – ROI | 117 |
| 6.1.1. Die Diskussion um die Erfolgswirksamkeit von Marktanteilen – Rückblick und aktueller Stand | 117 |
| 6.1.2. Definition und Operationalisierung der beiden untersuchten Variablen | 119 |
| 6.1.2.1. Die Variable Return on Investment (ROI) | 119 |
| 6.1.2.2. Die Abgrenzung des bedienten Marktes („served market“) und die Messung von Marktanteilen | 121 |
| 6.2. Empirische Untersuchungen der Beziehung zwischen Marktanteilen und dem Return on Investment auf der Basis der PIMS-Datenbank | 127 |
| 6.2.1. Ein Überblick über Untersuchungsansätze und -ergebnisse | 127 |
| 6.2.2. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse und Versuch einer Generalisierung | 138 |
| 6.3. „Korrelationen auf der Suche nach Erklärung“: Darstellung und Kritik der Erklärungsversuche des statistischen Zusammenhangs zwischen MA und ROI | 145 |
| 6.3.1. Die These der kausalen / direkten Effekte: Kosten versus Preis als Haupteinflußfaktor | 145 |
| 6.3.2. Die These der Scheinkorrelation: „stochastische Effekte“ versus „Managementqualität“ | 166 |
| 6.3.3. Zusammenfassung der Diskussion der empirischen Evidenz für die beiden Erklärungshypothesen und Ausblick | 178 |
| 6.4. Das PIMS-Wissenschaftsideal der Suche nach Marktgesetzen im Rahmen einer empirischen Katalogwissenschaft: Zusammenfassende Darstellung und Kritik | 184 |

| | |
|--|-----|
| 7. Das PIMS-Programm als Beitrag zur einer gestaltenden Theorie (Technologie) der strategischen Unternehmensführung | 193 |
| 7.1. Der allgemeine Zusammenhang zwischen Theorien, Technologien und strategischen Entscheidungen | 193 |
| 7.2. Die Problematik von Handlungsempfehlungen für einzelne strategische Geschäftseinheiten auf der Basis großzahliger empirischer Untersuchungen | 196 |
| 7.2.1. Die unklaren normativen Konsequenzen der Ergebnisse der empirischen Untersuchungen | 196 |
| 7.2.2. Die Interpretierbarkeit der Häufigkeitsverteilungen als „Wahrscheinlichkeiten“ und ihre Bedeutung zur Fundierung strategischer Entscheidungen | 199 |
| 7.2.3. Die Frage der Kausalität und die Beurteilbarkeit der Wirkung bestimmter Maßnahmen auf der Basis der Regressionskoeffizienten | 209 |
| 7.2.4. Empirische Zusammenhänge, Marktungleichgewichte und Handlungsempfehlungen | 213 |
| 7.3. Konkrete Strategieempfehlungen für einzelne Geschäftseinheiten auf der Basis ausgewählter PIMS-Modelle: Eine kritische Analyse | 216 |
| 7.3.1. Die Bewertung und Analyse der Vergangenheitsentwicklung einer SGE anhand des PAR-ROI-Modells | 216 |
| 7.3.2. Die Ermittlung der Auswirkungen bestimmter Strategien durch das Strategie-Simulationsmodell | 221 |
| 7.3.3. Die Einsetzbarkeit des ROLA-Modells zur Generierung taktischer Maßnahmen | 226 |
| 8. Thesenförmige Zusammenfassung | 230 |