

Inhaltsverzeichnis

1 PROBLEMSTELLUNG

1.1	HERAUSFORDERUNGEN DER NEUEN REALITÄTEN FÜR DIE PHARMAZEUTISCHE INDUSTRIE	18
1.1.1	<i>Die pharmazeutische Industrie</i>	20
1.1.2	<i>Dynamik der pharmazeutischen Industrie</i>	23
1.1.3	<i>Komplexität der pharmazeutischen Industrie</i>	30
1.1.4	<i>Mehrebenenwettbewerb der pharmazeutischen Industrie</i>	34
1.2	MEGAMERGER IN DER PHARMAZEUTISCHEN INDUSTRIE.....	38
1.3	SCHWERPUNKTE UND PERSPEKTIVEN DER M&A-FORSCHUNG	42
1.3.1	<i>Capital Markets School</i>	43
1.3.2	<i>Strategic School</i>	45
1.3.3	<i>Organizational Behavior School</i>	47
1.3.4	<i>Process School</i>	50
1.4	STRUKTUR VON M&A-PROZESSEN	52
1.5	MEGAMERGER ALS ENTWICKLUNGSPROZESS.....	59
1.6	FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN	62
1.7	AUFBAU DER ARBEIT	66

2 STAND DER STRATEGIEPROZESSFORSCHUNG

2.1	BEGRIFFLICHE ABGRENZUNGEN.....	69
2.2	WESEN DER STRATEGIEPROZESSFORSCHUNG.....	72
2.2.1	<i>Strategieprozessforschung versus Strategieinhaltsforschung.....</i>	73
2.2.2	<i>Diversität der Strategieprozessforschung.....</i>	77
2.3	PROZESSANSÄTZE DER STRATEGIEFORMULIERUNG.....	79
2.3.1	<i>Strategieformulierung als planbarer, analytischer Prozess.....</i>	79
2.3.2	<i>Strategieformulierung als rationaler oder begrenzt rationaler strategischer Entscheidungsprozess.....</i>	82
2.3.3	<i>Strategieformulierung als politischer Prozess.....</i>	87
2.3.4	<i>Strategieformulierung als inkrementaler/emergenter Prozess.....</i>	90
2.3.5	<i>Strategieformulierung als unplanbarer, zufälliger Prozess.....</i>	94
2.4	PROZESSANSÄTZE DER STRATEGIEIMPLEMENTIERUNG.....	96
2.4.1	<i>Strategieimplementierung als intraorganisationaler Designprozess.....</i>	98
2.4.2	<i>Strategieimplementierung als strategischer Ressourcenallokationsprozess.....</i>	107
2.5	PROZESSANSÄTZE DES STRATEGISCHEN WANDELS.....	114
2.5.1	<i>Strategischer Wandel als organisationaler Lernprozess.....</i>	115
2.5.2	<i>Organisationaler Lernprozess als Verhaltensänderung.....</i>	119
2.5.3	<i>Organisationaler Lernprozess als Erkenntnisänderung.....</i>	121
2.6	INTEGRATIVE ANSÄTZE DER STRATEGIEPROZESSFORSCHUNG.....	125
2.6.1	<i>Strategieprozessstypologie nach Hart.....</i>	128
2.6.2	<i>Das Kernprozessmodell nach Bartlett/Ghoshal.....</i>	134
2.6.3	<i>Prozesstheorien nach Van de Ven.....</i>	141
2.7	ANFORDERUNGEN AN DIE STRATEGIEPROZESSFORSCHUNG.....	148

3 FORSCHUNGSDESIGN

3.1	WISSENSCHAFTSTHEORETISCHE POSITION	155
3.1.1	<i>Ontologische Positionierung</i>	157
3.1.2	<i>Epistemologische Positionierung</i>	163
3.1.3	<i>Methodologische Positionierung</i>	167
3.2	LONGITUDINALE, EINGEBETTETE EINZELFALLSTUDIE.....	171
3.2.1	<i>Longitudinale Sicht</i>	174
3.2.2	<i>Einzelfallstudie</i>	176
3.2.3	<i>Embedded design und Mehrebenen-Analyse</i>	180
3.3	AUSWAHL DES BB-PROZESSMODELLS ALS BASIS- KONSTRUKT.....	182
3.3.1	<i>Entstehung des RAP-Modells von Bower</i>	184
3.3.2	<i>Erweiterung des RAP-Modells durch Burgelman</i>	188
3.3.3	<i>Einfluss der Populationsökologie</i>	192
3.3.4	<i>Operationalisierung des B-B-Prozessmodells</i>	194
3.4	DER FORSCHUNGSPROZESS	197
3.4.1	<i>Datenquellen</i>	198
3.4.2	<i>Entwicklung einer Datenbank</i>	200
3.4.3	<i>Prozess, Ereignis, Vorgang</i>	203
3.4.4	<i>Transformation von Rohdaten in Vorgänge</i>	207
3.4.5	<i>Codierung von Vorgängen</i>	209
3.4.6	<i>Quantifizierung der codierten Vorgänge</i>	215
3.5	AUSWERTUNG DER DATENBANK.....	219
3.5.1	<i>Datenaufbereitung</i>	220
3.5.2	<i>Datenanalyse und -interpretation</i>	223
3.5.3	<i>Test des BB-Prozessmodells</i>	228

4 ERGEBNISSE DER FALLSTUDIE NOVARTIS–GESUNDHEIT

4.1	STRATEGIE NOVARTIS–GESUNDHEIT	235
4.1.1	<i>Geschichte des Megamergers Novartis</i>	235
4.1.2	<i>Strategische und strukturelle Ausrichtung des Novartis-Konzerns</i>	239
4.1.3	<i>Vorgelagerte Strategieprozesse</i>	250
4.2	STRATEGIEPROZESSE CIBA–GESUNDHEIT	253
4.2.1	<i>Ebene Konzern</i>	253
4.2.2	<i>Ebene Division</i>	260
4.2.3	<i>Operative Ebene</i>	267
4.2.4	<i>Entwicklungsphasen innerhalb der Strategieprozesse</i>	275
4.2.5	<i>Strategieprozesse und Umwelteinflüsse</i>	281
4.3	STRATEGIEPROZESSE SANDOZ–GESUNDHEIT	283
4.3.1	<i>Ebene Konzern</i>	284
4.3.2	<i>Ebene Division</i>	290
4.3.3	<i>Operative Ebene</i>	294
4.3.4	<i>Entwicklungsphasen innerhalb der Strategieprozesse</i>	300
4.3.5	<i>Strategieprozesse und Umwelteinflüsse</i>	305
4.4	ERGEBNISSE DER STATISTISCHEN AUSWERTUNG.....	306
4.4.2	<i>Statistische Resultate Ciba</i>	309
4.4.3	<i>Statistische Resultate Sandoz</i>	310
4.4.4	<i>Zusammenfassung und Interpretation der statistischen Resultate</i>	313
4.5	SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSBLICK	316
4.5.1	<i>Einfluss der vorgelagerten Strategieprozesse auf den Megamerger</i>	316
4.5.2	<i>Kritische Reflektion des Forschungsdesigns und Schlussfolgerungen für die Praxis</i>	319

Anhangsverzeichnis

Anhang 1:	Concept of Corporate Strategy Ciba 1989/90	325
Anhang 2:	Concept of Corporate Strategy Sandoz 1989/90	327
Anhang 3:	Datenbankauszug Ciba	329
Anhang 4:	Datenbankauszug Sandoz	357
Anhang 5:	Datenbankauszug Novartis	391
Anhang 6:	Merger-Outcome Novartis-Gesundheit	399
Anhang 7:	Quellen der RAP-Datenbank	415
Anhang 8:	Finanzielle Kennzahlen Ciba	419
Anhang 9:	Finanzielle Kennzahlen Sandoz	421
Literatur		423