

HANSER

Rainer Völker

Managementkonzepte beurteilen und richtig anwenden

ISBN-10: 3-446-41497-5

ISBN-13: 978-3-446-41497-6

Inhaltsverzeichnis

Weitere Informationen oder Bestellungen unter
<http://www.hanser.de/978-3-446-41497-6>
sowie im Buchhandel.

Inhalt

1	Einführung und Überblick	1
1.1	Über systematisches Wissen und die Theorien hinter den Regeln	1
1.2	Warum Hintergrundwissen notwendig ist	6
1.3	Aufgabengebiete von Managern	15
1.4	Relevante Wissensgebiete und Aufbau des Buches	19
1.5	Literatur	21
2	Gewinnung und Nutzung von systematischem Wissen	23
2.1	Einige Grundlagen.....	23
2.1.1	Über Modelle, Hypothesen und Theorien	23
2.1.2	Der Forschungsprozess	28
2.1.3	Die Prüfung von Theorien und Hypothesen.....	30
2.2	Gestaltungsempfehlungen für das Managemen	38
2.2.1	Schwierigkeiten der Verwertung des theoretischen Wissens	38
2.2.2	Gestaltungsmodelle, -konzepte, -methoden, -instrumente etc.	40
2.2.3	Managementmoden und Guru-Theorien	41
2.2.4	Evidenzbasiertes Management (EbM).....	44
2.3	Häufige Missverständnisse und Fehlinterpretationen.....	47
2.3.1	Intuition versus Systematik?.....	47
2.3.2	Theorie versus Praxis?	49
2.3.3	Vorsicht bei Kausalinterpretationen	50
2.3.4	Operationalisierungen als Quelle von Missdeutungen	51
2.3.5	Signifikant gleich richtig?	52
2.4	Literatur	53
3	Individualverhalten	55
3.1	Überblick	55
3.2	Gene oder Umwelt?	57

3.2.1	Messmöglichkeiten	57
3.2.2	Empirie	58
3.2.3	Exkurs: Zusammenwirken von Umwelt und Genen – Epigenetik	61
3.2.4	Geschlechtsspezifische Unterschiede	63
3.3	Motivation und Emotion	63
3.3.1	Triebe und Anreize	63
3.3.2	Die wesentlichen Theorien und ihre Gestaltungsempfehlungen	65
3.3.3	Ein Gebäude von komplementären Theorien und Gestaltungsempfehlungen	69
3.3.4	Emotionen – Begriff und Bedeutung in der Praxis	70
3.3.5	Exkurs: Universale Sicht auf Triebe und Emotionen – Homöostase	71
3.4	Fähigkeiten	74
3.4.1	Kognitive Intelligenz	74
3.4.2	Multiple Intelligenzen	75
3.4.3	Die Bedeutung der emotionalen Intelligenz	77
3.5	Einstellungen und Werte	79
3.5.1	Wesen und Ursprung von Einstellungen	79
3.5.2	Einstellungsänderungen	81
3.5.3	Einstellungen von Mitarbeitern erkennen und verändern	85
3.5.4	Werte	86
3.6	Persönlichkeit und Persönlichkeitstests	88
3.7	Eigene Modellbildung und Entscheidungsfindung	90
3.7.1	Grundlegende Zusammenhänge	90
3.7.2	Attributionen und entsprechende Fehlentscheidungen	91
3.7.3	Schemata und entsprechende Fehleinschätzungen	95
3.7.4	Rationaler Entscheidungsprozess	97
3.7.5	Mögliche Einschränkungen der Optimalität bzw. Rationalität	98
3.7.6	Haben Manager (und Mitarbeiter) einen freien Willen?	102
3.8	Literatur	104
4	Gruppen und Interaktion	107
4.1	Überblick	107
4.2	Die Gruppe und Gruppenbildung	108

4.2.1	Wesentliche Begriffe	108
4.2.2	Teams	111
4.2.3	Gruppenentscheide	114
4.3	Führung	115
4.3.1	Was ist Führung?	115
4.3.2	Was bestimmt den Führungserfolg – Eigenschaften, Verhalten und Situationen?.....	116
4.3.3	Geschlechtsspezifische Unterschiede	121
4.3.4	Principal-Agent-Theorie und Anreizsysteme	122
4.4	Kommunikation	125
4.4.1	Ein grundlegendes Modell	125
4.4.2	Kommunikation ohne Worte – Mimik und Gestik	126
4.4.3	Typische Kommunikationsprobleme und Lösungsansätze	127
4.5	Konflikte und Konfliktmanagement	130
4.5.1	Mögliche Konfliktbeziehungen.....	130
4.5.2	Sind Konflikte immer negativ?.....	132
4.5.3	Interessenkonflikte – „Nullsummenspiel“ oder „Win-win“?.....	132
4.5.4	Soziales Dilemma – Wie lässt sich Win-win erreichen?.....	133
4.5.5	Methoden des Konfliktmanagements und ihr Nutzen	136
4.6	Networking	139
4.6.1	Die Bedeutung von Networking	139
4.6.2	„Small Worlds“ und die Bedeutung von schwachen Bindungen.....	140
4.7	Literatur	143
5	Organisationen	145
5.1	Überblick	145
5.2	Warum gibt es Unternehmen?	146
5.3	Grundlegende Organisationsformen	149
5.3.1	Hierarchische Organisationssysteme	149
5.3.2	Interne Märkte	152
5.3.3	Netzwerke	155
5.3.4	Über Leistungstiefe, Outsourcing und Wertschöpfung.....	156
5.4	Organisationsdynamik – Inhärente Dynamik versus Leadership.....	158
5.5	Gestaltungskonzepte	161

5.5.1	Grundlegende Zusammenhänge	161
5.5.2	Kontingenztheoretische Ansätze	162
5.5.3	Organisatorische Gestaltungskonzepte	163
5.6	Wahl zwischen verschiedenen Organisationsalternativen	167
5.6.1	Die Transaktionskostentheorie als Grundlage	167
5.6.2	Kritik und die moderne wertorientierte Sicht	170
5.7	Literatur	171
6	Produkt- und Gütermärkte	173
6.1	Überblick	173
6.2	Nachfrage und Angebot	174
6.2.1	Die Nachfrage nach bekannten Gütern und Leistungen	174
6.2.2	Die Nachfrage bei Netzwerkexternalitäten	178
6.2.3	Nachfrage nach Leistungsmerkmalen – Ermittlung mit der Conjoint-Analyse	180
6.2.4	Abschöpfung der Konsumentenrente – Value Pricing	183
6.2.5	Angebot von Gütern und Leistungen	185
6.3	Wettbewerb	188
6.3.1	Wettbewerbsformen	188
6.3.2	Modellierung des Wettbewerbs aus Sicht des Managements	191
6.3.3	Grundlagen der Spieltheorie	193
6.3.4	Möglichkeiten der Spieltheorie aus Sicht des Managements	197
6.3.5	Grenzen der Spieltheorie bezüglich der Managementpraxis	202
6.4	Wie sich Märkte entwickeln	204
6.4.1	Das Lebenszykluskonzept	204
6.4.2	Die Bedeutung von Technologien und Technologiedynamik	206
6.5	Verständnis von Märkten – Wesentliche Grundlage der strategischen Planung	210
6.5.1	Zentrale strategische Planungseinheit: Strategisches Geschäftsfeld	210
6.5.2	Wahl der strategischen Geschäftsfelder und Verteilung der Ressourcen – „Outside-in“	212
6.5.3	Kernkompetenzen als Ausgangspunkt – „Inside-out“	215

6.5.4	Strategien für einzelne Geschäftsfelder	218
6.6	Literatur	221
7	Kapitalmärkte und Implikationen für die richtigen ökonomischen Entscheidungen	223
7.1	Überblick	223
7.2	Ökonomisch richtige Entscheide	225
7.2.1	Woher kommt die Kapitalwertregel?	225
7.2.2	Kapitalwert und interner Zinssatz	228
7.2.3	Die Berücksichtigung von Risiko	229
7.2.4	Was sind die richtigen Kapitalkosten?	232
7.2.5	Berücksichtigung von Realoptionen	233
7.2.6	Die „Ableger“ des NPV-Prinzips – Customer-Value etc.	236
7.3	Finanzierung über Eigen- oder Fremdkapital?	237
7.3.1	Leverage-Effekt	237
7.3.2	Irrelevanz der Kapitalstruktur für den Unternehmenswert?	239
7.4	Literatur	243
8	Wirtschaftssysteme und Ethik	245
8.1	Überblick	245
8.2	Marktwirtschaft und Corporate Governance	247
8.2.1	Vor- und Nachteile von Marktwirtschaften	247
8.2.2	Corporate Governance – Begriffsbestimmung und zentrale Unterschiede	250
8.2.3	Veränderung der Kapitalmärkte und Auswirkungen auf die Corporate Governance	252
8.3	Wertmanagement	255
8.3.1	Wie Werte und Wertsteigerung prinzipiell ermittelt werden	255
8.3.2	Einige Operationalisierungsprobleme	257
8.3.3	Wertmanagement – Gestaltungskonzept und Norm	259
8.3.4	Shareholder-Value versus Stakeholder-Value?	260
8.3.5	Familienunternehmen – „Family-Value“	261
8.4	Zunehmende Vernetzung der Marktwirtschaften – „Globalisierung“	263
8.4.1	Anpassungsdruck	263

8.4.2	Interdependenz internationaler Kapital-, Arbeits- und Gütermärkte.....	264
8.4.3	Kampf um die Ressourcen	265
8.5	Unternehmensethik	266
8.5.1	Grundlegende Zusammenhänge	266
8.5.2	Über Ethik.....	267
8.5.3	Erfüllung ethischer Normen über ein Mindestmaß hinaus?.....	269
8.5.4	Corporate Social Responsibility – Anspruch und Wirklichkeit	271
8.6	Literatur	273
9	Grenzen des systematischen Wissens	275
9.1	Literatur	280
	Abkürzungsverzeichnis	281
	Index	283