

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XV
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	6
2. Strategische Unternehmensführung	9
2.1 Unternehmen und Unternehmensumwelt	9
2.2 Strategisches Management von Unternehmen.....	15
2.2.1 Strategische Diagnose	18
2.2.2 Formulierung von Strategieoptionen	20
2.2.3 Strategieauswahl	21
2.2.4 Strategieimplementierung	21
3. Strategische Planung und Kontrolle	25
3.1 Grundlagen zur strategischen Planung und Kontrolle.....	26
3.1.1 Feedback-Kontrolle im strategischen Kontext.....	29
3.1.2 Komplexität und Unsicherheit als Rahmenbedingungen der strategischen Planung und Kontrolle	31
3.2 Konzeption der strategischen Kontrolle.....	34
3.2.1 Der strategische Kontrollprozess	37
3.2.2 Strategische Prämissenkontrolle	42
3.2.3 Strategische Durchführungskontrolle	47
3.2.4 Strategische Überwachung	52
3.2.4.1 Konzeption der strategischen Überwachung.....	53
3.2.4.2 Abgrenzung der strategischen Überwachung von der Frühaufklärung	57
3.2.4.3 Fallbeispiele strategischer Überwachung.....	65

3.3 Gestaltung der strategischen Kontrolle	66
3.3.1 Zentralisierte Organisation strategischer Kontrolle	68
3.3.2 Dezentralisierte Organisation der strategischen Kontrolle	70
3.3.3 Implizite oder explizite Gestaltung der strategischen Kontrolle.....	75
3.4 Empirische Erkenntnisse zur praktischen Umsetzung der strategischen Kontrolle	77
3.4.1 Forschungsmethodik der aktuellen empirischen Untersuchung	81
3.4.2 Auswertung und Darstellung der Ergebnisse der empirischen Studie.....	86
3.4.2.1 Strategische Planung	87
3.4.2.2 Strategische Kontrolle	89
3.4.2.3 Das Verhältnis von strategischer Planung und Kontrolle	96
3.4.2.4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen zur strategischen Kontrolle.....	104
4. Performance Measurement.....	109
4.1 Grundlagen des Performance Measurement	111
4.2 Ausgewählte Konzepte des Performance Measurement.....	119
4.2.1 Intellectual Capital Ansatz	122
4.2.1.1 Konzept des Intellectual Capital Ansatzes	123
4.2.1.2 Der Intellectual Capital Ansatz als Instrument des strategischen Managements.....	128
4.2.1.3 Der Intellectual Capital Ansatz als Instrument der strategischen Kontrolle.....	129
4.2.2 Quantum Performance	129
4.2.2.1 Konzept von Quantum Performance	130
4.2.2.2 Quantum Performance als Instrument des strategischen Managements.....	135
4.2.2.3 Quantum Performance als Instrument der strategischen Kontrolle.....	136
4.2.3 Tableau de Bord	138
4.2.3.1 Konzept des Tableau de Bord	139
4.2.3.2 Tableau de Bord als Instrument des strategischen Managements....	143
4.2.3.3 Tableau de Bord als Instrument der strategischen Kontrolle	144
4.2.4 Balanced Scorecard	146
4.2.4.1 Konzept der Balanced Scorecard	147
4.2.4.2 Balanced Scorecard als Instrument des strategischen Managements.....	155
4.2.4.3 Balanced Scorecard als Instrument der strategischen Kontrolle.....	160

4.3 Schlussfolgerungen zum Performance Measurement	164
4.3.1 Konzepte des Performance Measurement als Instrument des strategischen Managements	164
4.3.2 Konzepte des Performance Measurement als Instrument der strategischen Kontrolle.....	167
4.4 Empirische Erkenntnisse zum Performance Measurement.....	169
4.4.1 Ausgewählte Resultate früherer Studien.....	170
4.4.2 Aktuelle Studie zum Performance Measurement.....	177
4.4.3 Praxisszenarien bei Anwendung der Balanced Scorecard und Vernachlässigung der strategischen Kontrolle.....	184
4.4.3.1 Ergebniszielabweichung trotz günstiger Performance Messungen.....	185
4.4.3.2 Zieldifferenz einzelner Performance Measurement Indikatoren.....	189
5. Performance Measurement als ganzheitliches Instrument des strategischen Managements	193
5.1 Strategiekommunikation als Voraussetzung der strategischen Kontrolle	196
5.2 Beobachtung der Unternehmensumwelt	200
5.2.1 Motivation und Kultur als Voraussetzung der Umweltbeobachtung.....	202
5.2.2 Die Fähigkeit zum strategischen Denken als Voraussetzung	204
5.3 Die Relevanzbeurteilung von Umweltereignissen.....	206
5.3.1 Hilfsmittel zur Relevanzbeurteilung	206
5.3.2 Unterstützung der Relevanzbeurteilung durch eine Dienstleistungsabteilung	208
5.4 Informationsweiterleitung	208
5.4.1 Kultur als notwendige Rahmenbedingung der Informationsweiterleitung	211
5.4.2 Unterstützung der Informationsweiterleitung durch eine Dienstleistungsabteilung	212
5.5 Informationsverwendung.....	212
5.5.1 Das neue Managementmeeting	213
5.5.2 Adaption der Strategie und der Führungsinstrumente	215

5.6 Schlussbemerkungen zur Implementierung des integrierten Ansatzes	217
6. Fazit und Ausblick	221
Literaturverzeichnis	227