

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur achten Auflage	7
Vorwort zur ersten Auflage	9
Vorwort zum Nachdruck	11
Vorwort zur zweiten Auflage	12
Vorwort zur dritten Auflage	13
Vorwort zur vierten Auflage	14
Vorwort zur fünften Auflage	15
Vorwort zur sechsten Auflage	16
Vorwort zur siebten Auflage	18
Abbildungsverzeichnis	25
Tabellenverzeichnis	29
1 Zur Entstehung und Lösung des Organisationsproblems	31
1.1 Knaptheit	32
1.2 Wirtschaften	32
1.2.1 Arbeitsteilung und Spezialisierung	32
1.2.2 Tausch und Abstimmung	33
1.3 Mängel im Prozess des Wirtschaftens	34
1.4 Das Organisationsproblem: Mängelbeseitigung durch Koordination und Motivation	36
1.5 Institutionen als Koordinations- und Motivationsinstrumente	39
1.5.1 Fundamentale Institutionen	41
1.5.2 Abgeleitete Institutionen	43
1.5.2.1 Gesetze	43
1.5.2.2 Verträge	46
1.5.2.3 Organisatorische Regelungen	47
1.5.3 Konstitutionelle Institutionen	47
1.5.4 Substitute	49
1.6 Zur Lösung des Organisationsproblems	51
1.7 Der Bezugsrahmen für das weitere Vorgehen	54
1.7.1 Organisationsbegriff: Organisation als Organisationsstruktur bzw. Institutionensystem	54
1.7.2 Erklärung und Gestaltung als Erkenntnisziel einer angewandten Organisationslehre	55
1.7.3 Ökonomische Theorien als Erkenntnisinstrumente	57
1.7.4 Drei Organisationsebenen als Erkenntnisgegenstand	62

Inhaltsverzeichnis

2	Ökonomische Organisationstheorien	65
2.1	Grundlagen	66
2.1.1	Die gemeinsame Basis ökonomischer Theorien	66
2.1.2	Der Scheidepunkt ökonomischer Teiltheorien: Die Rationalitätsfrage	68
2.1.3	Zur weiteren Vorgehensweise	69
2.2	Neoklassische Ansätze	70
2.2.1	Grundzüge der Theorie	70
2.2.2	Ein vielschichtiges Effizienzmaß als Vorteilhaftigkeitskriterium	71
2.2.3	Annahmen und Bedingungen	72
2.2.4	Erklärungs- und Gestaltungsbeiträge	73
2.2.4.1	Die unsichtbare Hand bei vollkommenem Wettbewerb	73
2.2.4.2	Das Monopol	75
2.2.4.3	Abhängigkeit von der Betrachtungsperspektive	79
2.3	Institutionenökonomische Ansätze	80
2.3.1	Property-Rights-Theorie	80
2.3.1.1	Grundzüge der Theorie	80
2.3.1.2	Wohlfahrtsverluste aufgrund externer Effekte und Transaktionskosten als Vorteilhaftigkeitskriterium	82
2.3.1.3	Annahmen und Bedingungen	85
2.3.1.4	Erklärungs- und Gestaltungsbeiträge	88
2.3.2	Transaktionskostentheorie	91
2.3.2.1	Grundzüge der Theorie	91
2.3.2.2	Transaktionskosten als Vorteilhaftigkeitskriterium	91
2.3.2.3	Annahmen und Bedingungen	92
2.3.2.4	Erklärungs- und Gestaltungsbeiträge	96
2.3.3	Principal-Agent-Theorie	106
2.3.3.1	Grundzüge der Theorie	106
2.3.3.2	Agency-Kosten als Vorteilhaftigkeitskriterium	106
2.3.3.3	Annahmen und Bedingungen	108
2.3.3.4	Erklärungs- und Gestaltungsbeiträge	110
2.3.4	Vergleichende Zusammenfassung institutionenökonomischer Ansätze ...	114
2.4	Relevante verhaltenswissenschaftliche Aspekte zur Erklärung von Motivation	116
2.4.1	Klassische Motivationsmodelle	117
2.4.1.1	Maslow'sche Bedürfnispyramide	117
2.4.1.2	McGregors X-Y-Theorie	118
2.4.1.3	Herzbergs Zwei-Faktoren-Theorie	119
2.4.1.4	ERG-Theorie	120
2.4.1.5	McClellands Bedürfnistheorie	121
2.4.2	Neue verhaltenswissenschaftliche Ansätze	122
2.4.2.1	Kognitive Evaluationstheorie	122
2.4.2.2	Selbstbestimmungstheorie	124
2.4.2.3	Zieltheorie	125

2.4.2.4	Verstärkungstheorie	127
2.4.2.5	Gleichheitstheorie	128
2.4.2.6	Erwartungstheorie	130
2.4.2.7	Theorie der Selbstwirksamkeit	131
2.4.2.8	Optimismus	133
2.4.2.9	Hoffnung	134
2.4.2.10	Resilienz	136
2.5	Vergleichende Zusammenfassung der Organisationsansätze	137
3	Organisation wettbewerblicher Rahmenbedingungen	141
3.1	Zur Entstehung marktkonstituierender Institutionen	143
3.2	Wirtschaftspolitische Grundsatzentscheidungen	144
3.2.1	Aktive versus passive Wettbewerbspolitik	147
3.2.1.1	Wettbewerbspolitische Behandlung von Unternehmenszusammenschlüssen	149
3.2.1.2	Maßnahmen gegen Preisabsprachen	153
3.2.2	Deregulierung versus Regulierung	155
3.2.2.1	Häufige Begründungen für Regulierung	157
3.2.2.2	Beurteilung der Regulierung aus Sicht der Principal-Agent-Theorie	161
3.2.2.3	Regulierung als ein Spezialfall der vertikalen Integration	164
3.2.2.4	Deregulierung und soziotechnischer Wandel	165
3.2.3	Privatisierung versus Verstaatlichung	169
3.2.3.1	Trend zur Privatisierung	169
3.2.3.2	Principal-agent-theoretische Beurteilung der Verstaatlichung im Vergleich zur Regulierung	171
3.2.3.3	Erreichung sozialer oder politischer Ziele, die privat nicht erfüllbar sind	172
3.2.3.4	Kalibrierungsprobleme öffentlicher Subventionen	174
3.2.3.5	Privatisierung als »simples« Make-or-Buy-Problem	175
4	Organisation zwischenbetrieblicher Beziehungen	179
4.1	Marktmachtorientierte Kooperationsformen	182
4.1.1	Kartelle	182
4.1.2	Vertikale Bindungen	184
4.2	Effizienzorientierte Kooperationsformen	186
4.2.1	Gründe für Kooperationen	187
4.2.2	Auswahl einfacher effizienzorientierter Kooperationsformen	189
4.2.2.1	Lizenzierung	190
4.2.2.2	Joint Venture	192
4.2.2.3	Konsortium	193

Inhaltsverzeichnis

4.2.2.4	Kapitalbeteiligungen	194
4.2.2.5	Langfristige Lieferverträge mit Dual-Sourcing-Option	195
4.2.3	Komplexere effizienzorientierte Kooperationsformen	197
4.2.3.1	Genossenschaften	197
4.2.3.2	Franchiseorganisationen	200
4.2.3.3	Dynamische Netzwerke	207
4.3	Sowohl unter Marktmacht- als auch unter Effizienzaspekten interpretierbare Kooperationsformen: Ligen im professionellen Teamsport	211
4.3.1	Die Grundelemente der Organisationsstruktur von Ligen	211
4.3.2	Marktmachteffekte ausgewählter Regeln der Ligaorganisation	214
4.3.3	Effizienzeffekte der ausgewählten Regeln der Ligaorganisation	217
5	Organisation des Binnenbereichs der Unternehmung	225
5.1	Grundlagen der Unternehmensorganisation	226
5.1.1	Aufgabenmerkmale als Bedingungsrahmen	227
5.1.2	Variablen der Organisationsstruktur	228
5.1.2.1	Aufgabenverteilung	229
5.1.2.2	Verteilung von Entscheidungsrechten	234
5.1.2.3	Verteilung von Weisungsrechten	236
5.1.2.4	Programmierung	242
5.2	Unternehmensverfassung	245
5.2.1	Die Publikumsaktiengesellschaft (»modern corporation«)	246
5.2.1.1	Die wesentliche Schwäche der Publikumsaktiengesellschaft: Managementanreize	247
5.2.1.2	Die wesentliche Stärke der Publikumsgesellschaft: Risikohandhabung	265
5.2.1.3	»Störfaktor« für scharfe Rollenabgrenzungen: Spezifisches Humankapital und Stakeholder	268
5.2.1.4	Weitere Stärken der Publikumsgesellschaft	272
5.2.2	Die Eigentümer-Unternehmung	274
5.2.3	Die Partnerschaft	275
5.2.4	Mutuals	278
5.2.5	Nonprofits	279
5.3	Formen der Makroorganisation	281
5.3.1	Organisation einzelner Geschäftseinheiten	282
5.3.1.1	Funktionsbereichsorganisation	282
5.3.1.2	Prozessorganisation	287
5.3.1.3	Projektorganisation	298
5.3.2	Organisation von Unternehmen mit mehreren Geschäftseinheiten – die Geschäftsbereichsorganisation	302
5.3.2.1	Aufgabenverteilung in der Geschäftsbereichsorganisation	303

5.3.2.2	Verteilung der Entscheidungs- und Weisungsbefugnisse in der Geschäftsbereichsorganisation	305
5.3.2.3	Ausprägungen der Geschäftsbereichsorganisation in der Praxis und Beurteilung	316
5.4	Formen der Mikroorganisation/Organisation der Produktion	320
5.4.1	Traditionelle Formen der Fertigungsorganisation	322
5.4.1.1	Werkstattfertigung	322
5.4.1.2	Fließfertigung	327
5.4.2	Änderung der Aufgabenbedingungen und Reaktionsmöglichkeiten	332
5.4.3	Wesentliche Aspekte der neuen Formen der Fertigungsorganisation	337
6	Organisation und Management von (Service-)Plattformen	361
6.1	Ökonomische Besonderheiten von Dienstleistungen	363
6.2	(Service-)Plattformen	366
6.3	Netzwerkeffekte	369
6.4	Netzwerkaktivierung	374
6.4.1	Erhöhung des Plattformnutzens	374
6.4.2	Senkung der Nutzungskosten	376
6.4.3	Subventionen	377
6.5	Plattformorganisation	381
6.6	Plattformwettbewerbsstrategien	387
6.6.1	Lizenziierungspolitik	387
6.6.2	Kompatibilitätsstrategie	388
6.6.3	Bündelungsstrategien	390
6.6.4	Genossenschaftliche Plattformorganisation	394
6.6.5	Desintermediationsangriff	395
6.7	Möglichkeiten der Plattformorganisation mithilfe der Blockchain-Technologie	397
6.7.1	Grundlagen der Blockchain-Technologie	397
6.7.2	Blockchain-Anwendungen	401
6.7.2.1	Bitcoin	401
6.7.2.2	Ethereum	404
7	Organisation von Innovationen	411
7.1	Grundlagen der Innovationen	412
7.2	Der Innovationsprozess	414
7.3	Quellen von Innovationen	415
7.3.1	Interne organisationale Integration von F&E	417
7.3.2	Innovationen aus Interaktion mit Kunden und Nutzern	420
7.3.3	Innovation aus Interaktion mit Wettbewerbern	422

Inhaltsverzeichnis

7.4	Organisationsgestaltung zur Stärkung von Innovationen	422
7.4.1	Die ambidextre Organisation	422
7.4.2	Modularisierung und Innovationen	426
7.5	Das Promotorenmodell	427
7.6	Eigenschaften einer innovationsbewussten Unternehmung	430
7.7	Schutz von Innovationen	434
8	Reorganisation	439
8.1	Reorganisationsursachen	441
8.1.1	Triebkräfte organisatorischen Wandels	441
8.1.2	Entwicklung neuer Organisationsformen	445
8.1.2.1	Modularisierung	445
8.1.2.2	Virtualisierung	448
8.1.2.3	Agile Organisationsformen und Wandel von Organisationen	450
8.1.3	Veränderung relevanter Situationsmerkmale	452
8.1.3.1	Veränderte Knappheiten/Präferenzen	453
8.1.3.2	Neue Technologien	453
8.1.3.3	Fundamentale Transformation	455
8.2	Reorganisationskosten	456
8.2.1	Widerstände gegenüber Veränderungen	456
8.2.1.1	Arten und Ausdrucksformen des Widerstandes	457
8.2.1.2	Ursachen des Widerstandes	458
8.2.1.3	Umgang mit Widerständen	460
8.2.2	Rent Seeking	461
8.2.3	Beeinflussungsaktivitäten und Beeinflussungskosten	463
8.2.4	Möglichkeiten zur Begrenzung von Beeinflussungskosten	464
8.3	Change Management	467
8.3.1	Herausforderungen, Definitionen und Ziele des Change Managements	468
8.3.2	Ansätze und Instrumente im Change Management	469
8.3.2.1	Prozessorientierte Ansätze	469
8.3.2.2	Strukturorientierte Ansätze	473
8.3.2.3	Instrumente	482
	Literaturverzeichnis	501
	Stichwortverzeichnis	547