

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Motivation der Arbeit	2
1.2 Aufbau der Arbeit	4
2 Theoretisch-konzeptionelle Positionierung	7
2.1 Stand der Open-Strategy-Forschung	7
2.1.1 Grundlagen des Open-Strategy-Konzepts	9
2.1.2 Die Dimensionen von Open Strategy	16
2.1.3 Praktiken im Open-Strategy-Kontext	22
2.1.4 Macht und Kontrolle in Open Strategy	26
2.2 Strukturationstheoretische Betrachtung von Open Strategy	33
2.2.1 Strukturationstheorie als theoretische Linse zur Betrachtung von Open Strategy	34
2.2.2 Grundlagen der Strukturationstheorie	39
2.2.2.1 Der Agent und das Handeln	40
2.2.2.2 Struktur und Strukturation	42
2.2.2.3 Die Dualität von Struktur	45
2.2.2.4 Die Dialektik der Kontrolle	47
2.2.3 Offene Forschungsfragen zur strukturationstheoretisch informierten Betrachtung von Open Strategy	49
2.3 Strategy-as-Practice als Perspektive im Open-Strategy-Kontext	54
2.3.1 Praktiker, Praktiken und Praxis als Bezugsrahmen von Strategy-as-Practice	55

2.3.2	Der Mehrwert der Strategy-as-Practice-Perspektive in Open-Strategy-Kontext	59
2.4	Zwischenfazit: Auf dem Weg zu einem theoretisch-konzeptionellen Bezugsrahmen von Strategy Ownership in Open Strategy	63
3	Empirische Untersuchung	73
3.1	Begründung der Fallstudienauswahl	73
3.2	Untersuchungskontexte	77
3.2.1	Fallstudie Automobilhandelsgruppe	78
3.2.2	Fallstudie Gebäudedigitalisierungs GmbH	81
3.2.3	Fallstudie Luftfahrtzulieferer GmbH	83
3.2.4	Fallstudie Industrieverein für innovative Fabrikssysteme	85
3.3	Datensammlung	87
3.3.1	Halbstrukturierte Interviews	88
3.3.2	Teilnehmende Beobachtungen	93
3.3.3	Archiv- und Sekundärdaten	95
3.4	Datenanalyse	96
4	Ergebnisse Der Empirischen Untersuchung	111
4.1	Einflussnahme durch Akteure im Open-Strategy-Prozess	112
4.1.1	Unmittelbarkeit der Einflussnahme	114
4.1.1.1	Explizite Einflussnahme	114
4.1.1.2	Weniger explizite Einflussnahme	124
4.1.2	Intention der Einflussnahme	134
4.1.2.1	Intendierte Einflussnahme	134
4.1.2.2	Weniger intendierte Einflussnahme	142
4.1.3	Differenzierung der Einflussnahme in vier Modi	147
4.2	Identifizierbarkeit der Einflussnahme in der Strategieumsetzung	151
4.2.1	Explizite intendierte Einflussnahme	152
4.2.2	Explizite weniger intendierte Einflussnahme	155
4.2.3	Weniger explizite intendierte Einflussnahme	159
4.2.4	Weniger explizite weniger intendierte Einflussnahme	162
4.3	Auswirkungen der Einflussnahme	165
4.3.1	Auswirkungen der Einflussnahme auf Akteure in der offenen Strategiefindung	166
4.3.2	Auswirkungen der Einflussnahme auf Akteure in der Strategieumsetzung	171

5 Diskussion der Ergebnisse	175
5.1 Die Einflussnahme im Open-Strategy-Prozess als Ursache für Strategy Ownership	176
5.1.1 Einflussnahme anhand der vier Modi als Ursache für Strategy Ownership	177
5.1.2 Theoretisch-konzeptionelle Abgrenzung der Dimensionen der Einflussnahme	185
5.2 Strategy Ownership als Konzept im Open-Strategy-Kontext	187
5.3 Auswirkungen von Strategy Ownership auf Akteure in Open Strategy	191
6 Schlussbetrachtung	203
6.1 Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse	203
6.2 Limitationen der vorliegenden Arbeit	205
6.3 Ausblick für Strategieforschung und Praxis	208
Literaturverzeichnis	211