

Inhaltsübersicht

	Seite
1 Forschungsfrage, -ziele und -ablauf.....	1
2 Die Bestimmung der Analysebasis.....	8
3 Die Methodik der Studienanalyse.....	39
4 Die Beschreibung der Ergebnisse: Erfolgs- und Strategiestudien.....	79
5 Die empirische Erklärung und Relativierung der Ergebnisse.....	112
6 Die Prüfung der Ergebnisse: Methodische Probleme.....	149
7 Die Konsequenzen der Ergebnisse: Synthese.....	186
8 Ausblick.....	204

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsübersicht.....	IX
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XXI
1 Forschungsfrage, -ziele, und -ablauf.....	1
2 Die Bestimmung der Analysebasis.....	8
2.1 Die Definition der strategischen Planung.....	10
2.1.1 Strategische Planung, Führung und Entscheidung.....	10
2.1.2 Explikation.....	15
2.1.2.1 Unternehmensstrategie.....	16
2.1.2.2 Strategische Planungsaktivitäten.....	18
2.2 Die Definition des Unternehmenserfolgs.....	19
2.3 Die Konstruktion eines theoretischen Bezugsrahmens.....	21
2.4 Die Festlegung der Auswahlkriterien.....	24
2.4.1 Empirische Forschung.....	24
2.4.2 Studientypologie.....	25
2.4.3 Konkretisierung der zentralen Begriffe.....	28
2.4.4 Negativ-Abgrenzung und Ablaufschema.....	31
2.5 Die Verfahren der Literatursuche und -codierung.....	34
2.6 Die Beschreibung der Analysebasis.....	37
3 Die Methodik der Studienanalyse.....	39
3.1 Die Quantifizierung der Studienergebnisse.....	39
3.1.1 Deskriptive Metaanalyse und integrativer Signifikanztest..	42
3.1.2 Grenzen deskriptiver Verfahren.....	44
3.1.3 Bestimmung der Effektstärken.....	45
3.1.3.1 Zweigruppen-Anordnungen.....	46
3.1.3.2 Mehrgruppen-Anordnungen.....	49
3.1.3.3 Korrelationsanordnungen.....	51
3.1.3.4 Spezialfälle.....	52
3.1.4 Ableitung einer Vergleichsbasis.....	54
3.1.5 Aggregation.....	58
3.2 Die Analyse der moderierenden Variablen.....	61

3.3	Die methodische Qualität der Studien.....	63
3.3.1	Begriff und Konsequenzen.....	63
3.3.2	Messung.....	66
3.3.2.1	Vorhandene Meßkonzepte.....	67
3.3.2.2	Dimensionen.....	69
3.3.2.3	Indikatoren.....	70
3.4	Die qualitative Dimension der Bestandsaufnahme.....	72
3.5	Die methodische Qualität der Bestandsaufnahme.....	74
4	Die Beschreibung der Ergebnisse: Erfolgs- und Strategiestudien.....	79
4.1	Die strategische Planungsintensität.....	81
4.2	Die Komponenten des Planungsprozesses.....	83
4.2.1	Strategische Situationsanalyse.....	84
4.2.2	Strategieentwicklung.....	86
4.2.3	Steuerung der Strategie.....	87
4.2.4	Inkrementaler versus synoptischer Planungsansatz.....	89
4.3	Der Planungsinhalt: Intendierte Strategien.....	91
4.3.1	Existenz.....	91
4.3.1.1	Intentionen.....	92
4.3.1.2	Konsens.....	94
4.3.2	Klarheit.....	96
4.3.3	Zeithorizont.....	97
4.4	Die Aufgabenverteilung.....	99
4.4.1	Zentralisierung.....	99
4.4.2	Partizipation.....	102
4.4.3	Beratereinsatz.....	104
4.5	Der Planungsprozeß.....	106
4.5.1	Formalisierung.....	106
4.5.2	Konflikt.....	108
4.6	Zusammenfassung.....	110
5	Die empirische Erklärung und Relativierung der Ergebnisse.....	112
5.1	Die intervenierenden Variablen.....	112
5.1.1	Begriff und Wirkung.....	113
5.1.2	Identifikation: Wirkungsstudien.....	115
5.1.3	Empirische Befunde: Planungsstudien.....	118
5.1.3.1	Entscheidungen.....	118
5.1.3.2	Personen.....	122
5.1.3.3	System.....	123

5.1.3.4	Planungserfolg.....	126
5.1.4	Zusammenfassung.....	128
5.2	Die moderierenden Variablen.....	130
5.2.1	Identifikation: Problemstudien.....	130
5.2.2	Analyse.....	134
5.2.2.1	Unternehmensgröße.....	134
5.2.2.2	Umweltturbulenz.....	137
5.2.2.3	Zeit.....	140
5.2.2.4	Branche.....	142
5.2.2.5	Ergebnisse einzelner Studien.....	145
5.2.3	Zusammenfassung.....	147
6	Die Prüfung der Ergebnisse: Methodische Probleme.....	149
6.1	Die statistische Validität.....	149
6.1.1	Effektstärkenproblematik.....	149
6.1.2	Nicht-lineare Zusammenhänge.....	152
6.2	Die interne Validität.....	155
6.2.1	Scheinzusammenhänge.....	155
6.2.1.1	Analyse der Zusammenhänge.....	156
6.2.1.2	Ergebnisvergleich.....	158
6.2.2	Kausalität.....	162
6.3	Die Variablenvalidität.....	165
6.3.1	Indikatoren der strategischen Planungsintensität.....	166
6.3.2	Indikatoren des Unternehmenserfolgs.....	171
6.3.2.1	Inhalte.....	172
6.3.2.2	Subjektive und objektive Erfolgsmaße.....	176
6.3.3	Erhebungsverfahren.....	178
6.3.4	Untersuchungseinheit.....	180
6.4	Die externe Validität.....	181
6.5	Zusammenfassung.....	183
7	Die Konsequenzen der Ergebnisse: Synthese.....	186
7.1	Die gemeinsamen Effekte der Moderatorvariablen.....	186
7.1.1	Scheinzusammenhänge.....	186
7.1.2	Interaktionen.....	191
7.2	Der praktische Nutzen metaanalytischer Forschung.....	193
7.2.1	Theoriebildung.....	193
7.2.2	Hypothesengenerierung.....	195
7.3	Der praktische Nutzen empirischer Forschung.....	200

8	Ausblick	204
	Anhang	205
A 0	Abkürzungen und Symbole	206
A 1	Erhebungsbögen	208
A 1.1	Studienbogen	208
A 1.2	Ergebnisbögen	209
A 2	Liste der analysierten Studien	212
A 3	Liste von ausgeschlossenen Studien	215
A 4	Ergebnistabellen	216
A 4.1	Erfolgsstudien	216
A 4.1.1	Planungsintensität	216
A 4.1.2	Situationsanalyse	220
A 4.1.3	Strategieentwicklung	221
A 4.1.4	Steuerung der Strategie	221
A 4.1.5	Inkrementaler vs. synoptischer Planungsansatz	222
A 4.1.6	Intendierte Strategie (Intentionen)	222
A 4.1.7	Intendierte Strategie (Konsens)	222
A 4.1.8	Klarheit	223
A 4.1.9	Zeithorizont	223
A 4.1.10	Zentralisierung	224
A 4.1.11	Partizipation	224
A 4.1.12	Beratereinsatz	225
A 4.1.13	Formalisierung	225
A 4.1.14	Konflikt	225
A 4.2	Wirkungsstudien: Klassifikation von Statements	226
A 4.3	Planungsstudien	229
A 4.3.1	Unsicherheit	229
A 4.3.2	Motivation	229
A 4.3.3	Kommunikation	230
A 4.3.4	Konflikt	230
A 4.3.5	Innovation und Koordination	230
A 4.3.6	Entscheidungsqualität	231
A 4.3.7	Planungserfolg	231
A 4.4	Problemstudien: Klassifikation von Statements	234
A 4.5	Ergebnisse zu methodischen Problemen	237
A 4.5.1	Planungsintensität und Unternehmensgröße	237
A 4.5.2	Planungsintensität und Branche	237

A 4.5.3	Nicht-linearer Zusammenhang.....	238
A 4.5.4	Planungsintensität und Risiko.....	238
A 5	Berechnungsvorschriften.....	239
A 5.1	Quellen und Berechnungsmodalitäten.....	239
A 5.2	Formeln.....	248
A 6	Klassifikation der Moderatoren.....	250
A 6.1	Klassifikation der Studien.....	250
A 6.2	Klassifikation der Erfolgsvariablen.....	251
	Literaturverzeichnis.....	253