

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	IX
1 Einleitung: Wirtschaftsverbände und kollektive Unternehmensstrategien - eine erste Annäherung	1
1.1 Zur Verbindung von Wirtschaftsverbänden und kollektiven Unternehmensstrategien	1
1.2 Ein Bezugsrahmen zur Thematisierung der strategischen Dimension von Wirtschaftsverbänden	7
1.3 Problemstellung und Gang der Arbeit	17
2 Aspekte einer Interorganisationstheorie als Grundlage der Erfassung der strategischen Dimension von Wirtschaftsverbänden	23
2.1 Grundriß eines Bezugsrahmens zur interorganisationstheoretischen Erfassung von Wirtschaftsverbänden	23
2.1.1 Metatheoretische Überlegungen zur Relevanz theoretischer Ansätze	24
2.1.2 Relevante Ansätze im Überblick	34
2.1.3 Die Komplementarität von Außen- und Binnenperspektive	41
2.2 Die interorganisationstheoretische Einordnung von Wirtschaftsverbänden	49
2.2.1 Wirtschaftsverbände als Kollektive	49
2.2.2 Die Bedeutung abgeleiteter sozialer Systeme für die Betrachtung von Wirtschaftsverbänden	61

2.2.3	Das Episodenkonzept als Grundlage der Betrachtung von abgeleiteten sozialen Systemen	73
2.3	Zum Problem der Führung bei der Betrachtung von Wirtschaftsverbänden	81
2.3.1	Zum Begriff "Führung"	82
2.3.2	Führung in Wirtschaftsverbänden und durch Wirtschaftsverbände	87
2.3.3	Zur Berechtigung voluntaristischer Grundannahmen bei der Betrachtung von Wirtschaftsverbänden	93
2.4	Zwischenfazit: Implikationen der interorganisationstheoretischen Überlegungen für die Erfassung der strategischen Dimension von Wirtschaftsverbänden	98

Der Aufbau kollektiver Erfolgspotentiale durch Wirtschaftsverbände 103

3.1	Zum Begriff der kollektiven Unternehmensstrategie.	104
3.1.1	Das "Strategische": Strategien vs. strategische Manöver	104
3.1.2	Kollektive vs. individuelle Unternehmensstrategien.	108
3.1.3	Das Spektrum kollektiver Unternehmensstrategien.	117
3.2	Wirtschaftsverbände und die Genese von kollektiven Strategien	122
3.2.1	Ein Sprachspiel zur Thematisierung der Genese von Strategien.	124
3.2.2	Kollektive Unternehmensstrategien, Strategien <i>im</i> Kollektiv und Strategien <i>des</i> Kollektivs	134
3.2.3	Die Genese von kollektiven Unternehmensstrategien, Strategien <i>im</i> Kollektiv und Strategien <i>des</i> Kollektivs unter besonderer Berücksichtigung von Wirtschaftsverbänden	138

3.3	Der Aufbau zusätzlicher Erfolgspotentiale durch die Gestaltung des Feldes durch Wirtschaftsverbände	152
3.3.1	Die Rolle von Wirtschaftsverbänden bei der Gestaltung des Feldes	153
3.3.2	Möglichkeiten der Gestaltung des Feldes durch verbandstypische Manöver	167
3.3.3	Originäre strategische Verbandsaufgaben	175
3.4	Der Aufbau zusätzlicher Erfolgspotentiale durch die Nutzung der Verflechtungen zwischen den Wertketten der Mitgliedsunternehmen	181
3.4.1	Verflechtungen zwischen Wertketten und verbandstypische Synergiepotentiale	182
3.4.2	Der Aufbau von Synergiepotentialen durch Zentralisierung von Aufgaben beim Verbandsbetrieb	188
3.4.3	Abgeleitete strategische Verbandsaufgaben	198
3.5	Zusammenfassung und Ausblick: Implikationen für ein Strategisches Management von Verbandsbetrieben	209
4	Schluß: Ergebnisse der Arbeit	221
4.1	Ergebnisse für die organisationstheoretische Erfassung von Wirtschaftsverbänden	221
4.2	Ergebnisse für die Erfassung der strategischen Dimension von Wirtschaftsverbänden	224
4.3	Ergebnisse für die Theorie der strategischen Unternehmensführung	229
	Literaturverzeichnis	233

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1-1:	Ein Gesamtbezugsrahmen zur Analyse von Fragen der strategischen Unternehmensführung	9
Abb. 2-1:	Vier Sichtweisen von Organisation und Management	24
Abb. 2-2:	Sichtweisen der Analyse von sozialen Systemen zweiter Ordnung	29
Abb. 2-3:	Das politische System der Organisation	58
Abb. 2-4:	Die Wertkette nach Porter.	68
Abb. 2-5:	Die Stellung des Verbandsbetriebes in Wirtschaftsverbänden	70
Abb. 3-1:	Prozeßkategorien der Genese von Strategien	130
Abb. 3-2:	Die Genese von kollektiven Strategien im Überblick	140
Abb. 3-3:	Spielmatrix eines Gefangenendilemmas.	159
Abb. 3-4:	Modifizierte Spielmatrix - mit Sanktionserwartung	164
Abb. 3-5:	Ein Verbandsbetriebsportfolio	213