

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitungbeitrag

Zur Praxis der Organisationsforschung

<i>Stefan Titscher, Wolfgang Mayrhofer und Michael Meyer</i>	17
1 Organisation als Fluchtpunkt der Organisationsanalyse	17
1.1 Organisation als Theoriekonstrukt	17
1.2 Keine Analyse ohne Theorie	20
2 Perspektiven der Organisationsanalyse	22
3 Zur Empirie der Organisationsforschung	24
3.1 Einige Gemeinsamkeiten empirischer Studien	25
3.2 Zurück zur Organisation	29
3.3 Welche Kriterien machen eine Untersuchung zu einer Organisationsanalyse?	33
4 Felder der Organisationsanalyse	37
4.1 Inhaltliche Schwerpunktsetzung: die Aufgabenfelder	39
4.2 Methodisches Spektrum der Beiträge	42

II. Organisation – Umwelt-Beziehung

Ziele und Strategien von Organisationen

<i>Renate E. Meyer und Markus A. Höllerer</i>	47
1 Zusammenfassung	47
2 Ziele und Strategien – Relevanz für die Organisationsanalyse	47
2.1 Organisationale Ziele	48
2.2 Zielformulierungsprozess	49
2.3 Strategie	51
3 Das Repertoire methodischer Zugänge	53
3.1 Wahl geeigneter Erhebungsverfahren	54
3.2 Analysemethoden	56
4 Zwei konkrete Anwendungsbeispiele der Organisationsanalyse mit Hinblick auf Ziele und Strategien	57
4.1 Quantitative Analyse auf der Feldebene	57
4.2 Qualitative Analyse auf der Ebene einzelner Organisationen ..	59
5 Schlussbetrachtung	62

Die Umwelt der Organisation

<i>Peter Walgenbach und Simon Oertel</i>	63
1 Die Umwelt der Organisation ist all das, was nicht Organisation ist	63
2 Theoretische Zugänge zur Analyse der Umwelt der Organisation ..	64
2.1 Kontingenzttheorie	64
2.1.1 Überblick über die Kontingenzttheorie	64
2.1.2 Die Erfassung der Umwelt	67
2.1.3 Empirische Untersuchungen	68
2.1.4 Grenzen der Erfassung der Umwelt	72
2.2 Neoinstitutionalistische Organisationstheorie	73
2.2.1 Überblick über die neoinstitutionalistische Organisationstheorie	73
2.2.2 Die Konzeptualisierung der Umwelt	74
2.2.3 Empirische Untersuchungen	76
2.1.4 Grenzen der Erfassung des Umwelteinflusses	80
3 Achtung! Theorien sind soziale Konstruktionen!	81

Customer Relationship Management

<i>Thomas Reutterer und Stefan Wiesel</i>	83
1 Selbstverständnis und Relevanz von Customer Relationship Management	83
2 Methodische Zugänge und praktische Anwendungsfälle CRM- fokussierter Organisationsanalyse	87
2.1 CRM-Systeme und organisationales Lernen (Stein/Smith 2009)	88
2.2 Kundenzentrierte Organisation und organisationale Veränderungsprozesse (Homburg/Workman/Jensen 2000) ...	92
3 Ansatzpunkte CRM-fokussierter Organisationsanalyse	93
4 Schlussbemerkungen	95

Ökonomische Analyse von Eigentumsstrukturen und Koordinationsmechanismen in Organisationen

<i>Gerhard Speckbacher und Kerstin Neumann</i>	97
1 Eine ökonomische Theorie des Eigentums	97
1.1 Eigentum an Verfügungsrechten	98
1.2 Eigentum an Vermögensgegenständen	98
1.3 Eigentum an Unternehmen	99
1.4 Die Bedeutung der Zuordnung von Eigentumsrechten	100

2	Koordinations- und Anreizprobleme in Kooperationsbeziehungen	102
3	Fallbeispiel: Analyse der Governance von Familienunternehmen, der daraus resultierenden Koordinationsprobleme sowie von Lösungsmechanismen	106
4	Zusammenfassung und Folgerungen	113

Organisationales Sterben

<i>Irma Rybnikova und Kerstin Jungnick</i>	115	
1	Bedeutung des Themas für die Analyse einer Organisation	115
2	Das Konzept des organisationalen Sterbens	116
3	Methodische Zugänge	118
4	Beispiele für die konkrete Analyse	121
5	Zentrale Ergebnisse	125

III. Organisationsstruktur

Organigramm

<i>Gerhard Reber</i>	133	
1	Definitionen	133
2	Aufgaben von Organigrammen und ihre Problematik	135
3	Organigramme im Dienst von Organisationsanalysen	137
3.1	Darstellungen organisationaler Leistungserstellung	138
3.2	Darstellung organisationaler Leistungsverteilung	142
4	Organisationale Veränderungen	148
5	Schein und Wirklichkeit	149
6	Erhebungsmethoden	150
6.1	Qualitätsanforderungen	151
6.2	Akzeptanzanforderung	151
Anhang	152

Machtmessung in Organisationen

<i>Wenzel Matiaske und Werner Nienhüser</i>	155	
1	Relevanz der Messung von Macht	155
2	Voraussetzungen und grundsätzliche Möglichkeiten der Machtmessung	156
2.1	Identifikation von relevanten Akteuren und Koalitionen ...	156
2.2	Manifestationen von Macht	158
2.3	Ausgewählte Elemente von Machtkonzeptionen	158

2.4	Spektrum möglicher Erhebungsmethoden	160
2.5	Reichweite der verwendeten Beispiele	161
3	Beispiele für konkrete Messungen der Macht	162
3.1	Personalführung: Machtgrundlagen in Dyaden	162
3.2	Laterale Kooperation: Macht in Mehrpersonen- Tauschbeziehungen	166
3.2.1	Laterale Kooperation	166
3.2.2	Beispiel Informationsaustausch und Macht	169
3.3	Messung der Macht von kollektiven Akteuren: Machtrelation zwischen Betriebsrat und Management	176
4	Zentrale Ergebnisse und Grenzen	179

Analyse von Veränderungsprozessen

<i>Helmut Kasper und Barbara Müller</i>		182
1	Einleitung	182
2	Veränderungsprozesse in Organisationen	183
3	Die Analyse von Veränderungsprozessen	188
3.1	Stufenpläne zum Wandel	189
3.2	Fallbeispiel: Organisationsanalyse nach dem Modell von Kotter	192
3.3	Kritische Reflexion	201
3.4	Ein „neuer“ Denkrahmen	203
4	Zusammenfassung	206

Netzwerkanalyse als Instrument der Organisationsforschung

<i>Dorothea Jansen</i>		208
1	Das Potential der Netzwerkanalyse für die Organisations- forschung	208
2	Soziales Kapital: Theoriekonzepte und Methoden	209
2.1	Soziales Kapital und seine Entstehung in Netzwerken	209
2.2	Methoden zur Messung sozialen Kapitals	211
3	Netzwerkanalyse in der Praxis	217
3.1	Unternehmensfusionen: Was fördert oder hindert Kooperationen über die alten Unternehmensgrenzen hinweg?	217
3.2	Brokerchancen nutzen oder in der Branche kooperieren?	221
4	Zum Stellenwert von Netzwerkforschung in der Organisations- analyse	225

IV. Organisationsmitglieder

Eintritt in die Organisation: Neues Personal und seine Integration

<i>Michael Meyer</i>	229
1 Der Eintritt von Personen als wichtiges Ereignis für die Organisation	229
2 Einflussfaktoren auf den Sozialisationsprozess	231
2.1 Sozialisationserfolg	233
2.2 Organisationale Sozialisationstaktiken	234
2.3 Persönlichkeit, Verhalten und Integration	237
3 Der Einfluss von Organisationsform und Arbeitsbedingungen auf den Sozialisationserfolg	238
3.1 Kontext, Analysefragen und Aussageeinheiten	238
3.2 Theoretischer Hintergrund und Hypothesen	239
3.3 Messung	240
3.4 Analysemethoden und Ergebnisse	242
4 Integration in Gruppen: Der Pygmalion-Effekt	244
4.1 Kontext, Analysefragen und Aussageeinheiten	244
4.2 Theoretischer Hintergrund und Hypothesen	246
4.3 Messung	248
4.4 Analysemethoden und Ergebnisse	251
5 Die Organisation als Black Box in der organisationalen Sozialisation	254

Motivation

<i>Albert Martin und Susanne Bartscher-Finzer</i>	256
1 Begriff	257
2 Theoretische Perspektiven	258
3 Methodische Perspektiven	265
3.1 Befragungen	265
3.2 Die Methode der kritischen Ereignisse	266
3.3 Beurteilungen	269
3.4 Organisationsentwicklung	270
4 Anwendungsbezogene Perspektive	271

Die Analyse von Karrieren in Organisationen

Wolfgang Mayrhofer 279

1 Einleitung 279

2 Individueller Karriereerfolg und Einflussfaktoren 280

3 Karrieren in Organisationen 283

 3.1 Organisationales Karrieremanagement 283

 3.2 Organisationale Karriereverläufe 284

4 Empirische Analyse organisationaler Karrieren 285

 4.1 Früh krümmt sich ...? Die Bedeutung von Turnieren
 in Organisationen 286

 4.1.1 Konzeptioneller Hintergrund 286

 4.1.2 Darstellung 287

 4.1.3 Kommentar 293

 4.2 Einstieg vor Aufstieg, Nähe vor Distanz? Karriere in
 internen Arbeitsmärkten 294

 4.2.1 Konzeptioneller Hintergrund 294

 4.2.2 Darstellung 296

 4.2.3 Kommentar 299

5 Abschließende Bemerkungen 300

Organisationsanalyse und Führungsforschung

Johannes Steyrer und Michael Schiffinger 302

1 Einleitung 302

2 Modelle der Führung – ein tabellarischer Überblick 303

 2.1 Mitarbeiter- und Aufgabenorientierung 309

 2.2 Transformationale und Transaktionale Führung 310

 2.3 Die GLOBE-Studien 311

 2.4 Methodische Verortung 312

3 Empirische Befunde 314

 3.1 Eine Metaanalyse zu Aufgaben- und Mitarbeiterorien-
 tierung (Judge/Bono/Ilies 2004) und zur transaktionalen/
 transformationalen Führung (Dum Dum/Lowe/
 Avolio 2002) 314

 3.2 Transformationale Führung und organisationale
 Ergebnisse (Xenikou und Simosi 2006) 316

 3.3 Führung, organisationales Commitment und Unter-
 nehmenserfolgsgrößen (Steyrer et al. 2008) 318

4 Zum Stellenwert der Führungsforschung in der
 Organisationsanalyse 321

V. Organisationaler Output

Qualität und Produktion

<i>Johannes Ledolter</i>	327
1 Einleitung	327
2 Statistische Hilfsmittel zur Kontrolle und Verbesserung von Qualität	329
2.1 Qualitätsregelkarten (control charts)	329
2.2 Bestimmung der Prozessfähigkeit (process capability)	332
2.3 Statistische Versuchspläne zur Durchführung effizienter Experimente (statistical design of experiments)	336
3 Management-Programme zur Verbesserung der Qualität	338
3.1 Umfassendes Qualitätsmanagement (Total Quality Management, TQM)	338
3.2 Six Sigma	340
3.3 Lean Six Sigma	341
3.4 Kritik an den Management Programmen zur Verbesserung der Qualität	342

Praxis der Organisationsanalyse. Anwendungsfelder und Methoden

„Due Diligence“ – Eine Organisationsanalyse der besonderen Form ...?

<i>Peter Baumgartner</i>	345
1 Einleitung	345
2 Organisationsanalyse und Due Diligence – zwei Seiten derselben Münze ...?	346
3 Die Illusion von der umfassenden Analyse	347
4 Die Wahl der „Waffen“ – oder: Bestimmungsfaktoren für die Wahl der Analysemethoden	349
4.1 Die besonderen Rahmenbedingungen	349
4.2 Der Zweck bestimmt die Mittel	350
4.3 Erweiterung der Sichtweise – der Blick auf die „Soft Facts“	351
4.4 Das Due Diligence Team	353
4.5 Die Art der Transaktion	354
5 Illustration: Verkauf von Teilbetrieben in der Elektronik- fertigung	356

14 Inhaltsverzeichnis

6 Die unterschiedlichen Phasen einer Due Diligence	359
7 Abschließende Anmerkungen	363
Literaturverzeichnis	365
Stichwortverzeichnis	403
Biographien	409