

INHALTSVERZEICHNIS

GELEITWORT	V
VORWORT	VII
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	XVII
EINFÜHRUNG.....	1
(1) Bedeutung des Betrachtungsobjekts Managementberatung.....	1
(2) Forschungsstand und Zielsetzung der Arbeit.....	4
(3) Forschungsmethodik und -perspektive.....	9
(4) Zum weiteren Vorgehen.....	14
I EIN INTEGRATIVES RAHMENKONZEPT FÜR MANAGEMENTBERATUNG ALS SPEZIFISCHER PROFESSIONAL SERVICE	17
I.1 Managementberatung als spezifischer Professional Service.....	18
I.1.1 Charakteristika von Professional Services.....	18
(1) Dienstleistungen in einer Leistungstypologie	19
(2) Professional Services als spezifisches Dienstleistungssegment.....	24

1.1.2	Managementberatung im Kontext der Professional Services	27
(1)	Unterstützung der Managementfunktionen und -aktivitäten durch Managementberatung.....	29
(2)	Vergleich der Managementberatung mit anderen Professional Services.....	36
(3)	Konsequenzen der Charakteristika der Managementberatungsleistung	43
1.2	Ein erweitertes strukturationstheoretisches Rahmenkonzept für die Betrachtung von Managementberatung.....	47
1.2.1	Grundlagen der Strukturationstheorie.....	49
(1)	Grundkonzept: Die Dualität von Struktur und Handlung	50
(2)	Struktur im Rahmen der Strukturationstheorie	52
(3)	Handlung im Rahmen der Strukturationstheorie.....	55
(4)	Die wechselseitige Konstitution von Struktur und Handlung: Strukturation	58
1.2.2	Erweiterung des strukturationstheoretischen Bezugsrahmens mit Blick auf die Managementberatungssituation.....	62
(1)	Reflexivität der Managementberatungssituation.....	63
(2)	Eigensinnige Persönlichkeit von Managern und Beratern	64
(3)	Rahmenkonzept für die Interaktion eigensinniger Klientenmitarbeiter und Berater im strukturellen Kontext	69
II	STRATEGISCHE RESSOURCEN VON MANAGEMENTBERATUNGS-UNTERNEHMEN UND IHRE SOZIALE EINBETTUNG.....	77
II.1	Wissen	83
II.1.1	Wissen als kognitiv-ordnende Regel-Ressource.....	84

II.1.2	Generisches Wissenssystem in Managementberatungsunternehmen	88
	(1) Organisationale Signifikationsstruktur von Beratungsunternehmen.....	89
	(2) Individuelle Kognition von Beratern.....	91
	(3) Intraorganisationale Kommunikation.....	93
II.1.3	Individuelle und organisationale Wissenskonfigurationen.....	97
	(1) Individuelle Wissensmuster	97
	(2) Organisationale Wissensmodelle	98
	(3) Zusammenhänge individueller und organisationaler Wissenskonfigurationen	101
II.1.4	Managementberatungswissen im Rahmen der übergreifenden Signifikationsstruktur	106
	(1) Signifikationsumfeld der Managementberatung	106
	(2) Spezifität vs. Anschlussfähigkeit des Managementberatungswissens	110
	(3) Variation in Abhängigkeit vom Wissensmodell	115
II.2	Reputation	120
II.2.1	Managementberatungsrelevantes Normensystem.....	121
	(1) Normen für Managementberater	122
	(2) Zusammenhänge zwischen Beratungsnormen	124
II.2.2	Sanktionierung auf Basis des übergreifenden Legitimationskontexts.....	126
	(1) Projektspezifisch-vertragliche Sanktionierung	127
	(2) Projektübergreifend-institutionelle Sanktionierung	128
II.2.3	Reputation als normativ-sanktionierte Regel-Ressource	131

II.2.4	Variierende Reputationsmodelle	138
(1)	Sozialdimensionaler Reputationsfokus	140
(2)	Reputationsträger	143
II.3	Beziehungen.....	147
II.3.1	Beziehungen als Machtressource.....	149
(1)	Beziehungen als interorganisational notwendige Machtressource.....	149
(2)	Intraorganisational zentrale Stellung von Beziehungen als Machtressource	156
II.3.2	Variierende Beziehungsmodelle.....	159
(1)	Extensives, offenes Beziehungsnetzwerk im Individualmodell	161
(2)	Intensives, geschlossenes Beziehungsnetzwerk im Strukturmodell.....	164
(3)	Ausgewogenes Beziehungsnetzwerk im Vermittlungsmodell.....	167
III	WIRKUNG UND PROZESS DER MANAGEMENTBERATUNG.....	171
III.1	Wirkungen von Managementberatung bei Klienten.....	171
III.1.1	Systematisierung der Managementberatungswirkungen bei Klienten.....	174
(1)	Wirkungsrichtungen von Managementberatung	175
(2)	Gehalt der Wirkungen von Managementberatung	182
III.1.2	Kontingenz der Managementberatungswirkungen	194
(1)	Abhängigkeit vom Ressourcenmodell der Managementberatung.....	194
(2)	Abhängigkeit vom Klienten	199

III.2 Der Managementberatungsprozess im Beratungsprojekt	205
III.2.1 Beratungssituation im strukturellen Kontext	207
(1) Soziale Landschaft der Beratungssituation	209
(2) Beratungsprojekt als liminaler Raum	214
(3) Variierende Liminalitätsgrade von Beratungsprojekten.....	221
III.2.2 Beratungsprozess als dynamischer Raum	226
(1) Idealtypische Makrodynamik von Beratungsräumen.....	227
(2) Realtypische Makrodynamiken von Beratungsräumen.....	232
(3) Interaktionen im Kontext des Beratungsraums	238
SCHLUSSBETRACHTUNG	245
(1) Zusammenfassung zentraler Ergebnisse	245
(2) Kritische Würdigung und Ausblick.....	251
LITERATURVERZEICHNIS	257