

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Ausgangsposition und Einleitung: Dimensionen der Machtanwendung in Zielvereinbarungsgesprächen in der Dyade zwischen Vorgesetztem und Mitarbeiter .....</b>	<b>1</b>
1.1	FORSCHUNGSFRAGE .....	6
1.2	ARGUMENTATION DER ARBEIT UND KONTEXTBESTIMMUNG .....	7
1.3	DER MACHTBEGRIFF: EINORDNUNG IN DIE SOZIOLOGISCHE MACHTTHEORIE.....	10
1.3.1	Der klassische Machtansatz nach Weber .....	10
1.3.2	Vier-Phasen-Konzept der Machttheorien .....	15
1.3.3	Mechanismen der Macht im Hinblick auf den Zielvereinbarungsprozess .....	19
<b>2.</b>	<b>Das Zielvereinbarungsgespräch.....</b>	<b>22</b>
2.1	HISTORISCHE ENTWICKLUNG, IDEE UND KONZEPT DES ZIELVEREINBARUNGSGESPRÄCHS .....	22
2.2	ZIELSYSTEM DES MANAGEMENT BY OBJECTIVES (MBO).....	26
2.3	ZYKLISCHER ABLAUF DES ZIELVEREINBARUNGSPROZESSES .....	31
2.4	KONTROLLE .....	33
2.4.1	Arbeits-/ Industriosozilogie: Neue Steuerungsinstrumente, Ergebnissteuerung, Kontrolle und Partizipation in Grenzen .....	37
2.4.2	Principal-Agent-Theorie .....	43
2.5	KRITERIEN EINES IDEALTYPISCHEN ZIELVEREINBARUNGSGESPRÄCHS: GLEICHBERECHTIGUNG UND KONSENS .....	47
2.6	KOMMUNIKATIVES HANDELN NACH HABERMAS IN ZIELVEREINBARUNGEN: VERSTÄNDIGUNGSORIENTIERUNG .....	56
2.7	DIE IDEALE SPRECHSITUATION ALS MODELL FÜR DAS ZIELVEREINBARUNGSGESPRÄCH .....	61
2.8	DIE ZIELVEREINBARUNG ALS ZIELVORGABE: AUSWERTUNG DER LITERATUR ZUM UMGANG MIT ZIELVEREINBARUNGEN IN UNTERNEHMEN .....	70
2.9	ZUSAMMENFASSUNG: MACHTBEDINGUNGEN UND GESPRÄCHSVERLÄUFE BEI ZIELVEREINBARUNGEN.....	81
<b>3.</b>	<b>Organisation, Ziele und Motivation.....</b>	<b>86</b>
3.1	ORGANISATIONSBEGRIFF .....	86
3.1.1	Regeln und Organisationsstruktur .....	90
3.1.2	Organisationshandeln und Black Box.....	91
3.2	ZIELE DER ORGANISATION .....	99
3.2.1	Zielzerlegung und Zielpräzisierung.....	100
3.2.2	Zielbildung und unterschiedliche Interessen der Organisationsmitglieder .....	105
3.3	ZIELMOTIVATION.....	108
3.3.1	Das variable Vergütungssystem im Spannungsfeld extrinsischer und intrinsischer Motivation.....	112
3.3.2	Der Bonus als Sanktionsmittel.....	122
3.3.3	Commitment .....	129
3.3.4	Zielsetzungstheorie.....	134
3.3.5	Zusammenfassung: Anreizsystem und Ziele.....	138
<b>4.</b>	<b>Machtanwendung im Zielvereinbarungsgespräch .....</b>	<b>146</b>
4.1	DIE ANWENDUNG STRUKTURELLER MACHT IM ZIELVEREINBARUNGSGESPRÄCH.....	146
4.1.1	Das systemtheoretische Machtmodell nach Talcott Parsons und seine Anwendung auf das Zielvereinbarungsgespräch: Legitimität und Sanktionen als strukturelle Machtanwendung des Vorgesetzten .....	147
4.1.2	Der soziologische Rollenbegriff in der strukturellen Machtdimension am Beispiel des Zielvereinbarungsgesprächs .....	164
4.2	DIE ANWENDUNG VON TAUSCH-MACHT IM ZIELVEREINBARUNGSGESPRÄCH .....	170
4.2.1	Macht im sozialen Austausch nach Peter M. Blau am Beispiel des Zielvereinbarungsgesprächs.....	171
4.2.2	Das politische Phänomen kollektiven Handelns in Organisationen nach Crozier und Friedberg und seine Auswirkungen auf das Zielvereinbarungsgespräch .....	176

4.3	ANWENDUNG PERSONENGEBUNDENER MACHT IM ZIELVEREINBARUNGSGESPRÄCH .....	191
4.3.1	Charisma, Sympathie und Emotion im Zielvereinbarungsgespräch .....	192
4.3.2	Möglichkeiten der Machtanwendung einer Autorität im Zielvereinbarungsgespräch ...	212
4.3.3	Persönlichkeitseigenschaften charismatischer Autoritäten .....	217
4.4	DIE ANWENDUNG KOMMUNIKATIVER MACHT IM ZIELVEREINBARUNGSGESPRÄCH .....	221
4.4.1	Erfolgsorientiertes Handeln bei Habermas und seine Anwendung im Zielvereinbarungsgespräch .....	222
4.4.2	Verbale Machtanwendung in einem Zielvereinbarungsgespräch: Techniken zur Gesprächsdominanz .....	226
4.4.3	Soziolinguistische Betrachtungen: Sprachverhalten, soziale Rolle und Wirklichkeit...	241
<b>5.</b>	<b>Empirische Konzeption und Vorgehensweise zur Untersuchung von Machtanwendung in Zielvereinbarungsgesprächen.....</b>	<b>249</b>
5.1	THEORETISCHE GRUNDLAGEN ZUR FORSCHUNGSMETHODE.....	249
5.2	INTERVIEWZEITRAUM UND -TEILNEHMER.....	250
5.3	VORBEREITUNGEN ZUR BEFRAGUNG.....	251
5.4	DURCHFÜHRUNG DER INTERVIEWS UND AUSWERTUNG.....	251
5.5	GRENZEN DER UNTERSUCHUNG .....	253
<b>6.</b>	<b>Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....</b>	<b>255</b>
6.1	HYPOTHESEN .....	255
6.2	ERGEBNISSE DER EXPERTENBEFRAGUNG, HYPOTHESENÜBERPRÜFUNG UND DISKUSSION ..	258
6.2.1	Gesprächsharmonie und Atmosphäre .....	258
6.2.2	Begründete Argumente .....	260
6.2.3	Konsens vs. Kompromiss als Gesprächsergebnis .....	264
6.2.4	Legitimität/ Autorität .....	273
6.2.5	Verhandelbare (weiche) und nicht-verhandelbare (harte) Ziele .....	274
6.2.6	Zufriedenheitsabfrage .....	278
6.2.7	Commitment.....	279
6.2.8	Konflikte, Sanktionen und Rollenhandeln .....	284
6.2.9	Das Bonussystem .....	294
6.2.10	Der Bonus .....	297
6.2.11	Einflusshandeln.....	305
6.2.12	Weiche Ziele in der asymmetrischen Tauschbeziehung als Verhandlungsspielraum..	307
6.2.13	Machtressourcen und Ungewissheitszonen .....	311
6.2.14	Charisma.....	324
6.2.15	Sympathie .....	327
6.2.16	Persönlichkeit und Emotionalität.....	332
6.2.17	Fachautorität .....	339
6.2.18	Erfolgsorientierung: Die Anwendung von Gesprächstricks und dominanten Gesprächsmitteln .....	340
6.2.19	Kommunikationsverhalten, Rolle und soziale Wirklichkeit des hierarchischen Ungleichgewichts .....	342
6.3	INTERPRETATION DER EMPIRISCHEN FORSCHUNGSERGEBNISSE ZUR MACHTGEWICHTUNG..	350
6.4	ZUSAMMENFASSUNG.....	355
<b>7.</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>357</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>360</b>