

Lüer
Kognition und Strategie

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Christoph Ulrich Lüer

Kognition und Strategie

Zur konstruktiven Basis
des Strategischen Managements

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Georg Schreyögg

DeutscherUniversitätsVerlag

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Lüer, Christoph Ulrich:

Kognition und Strategie : zur konstruktiven Basis des Strategischen Managements
/ Christoph Ulrich Lüer. Mit einem Geleitw. von Georg Schreyögg.

- Wiesbaden : Dt. Univ.-Verl. ; Wiesbaden : Gabler, 1998

(Gabler Edition Wissenschaft)

Zugl.: Berlin, Freie Univ., Diss., 1997

ISBN 978-3-8244-6744-0

D 188

ISBN 978-3-8244-6744-0

ISBN 978-3-322-99498-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-322-99498-1

Rechte vorbehalten

Gabler Verlag, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden, 1998

Der Deutsche Universitäts-Verlag und der Gabler Verlag sind Unternehmen der Bertelsmann Fachinformation GmbH.



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

<http://www.gabler-online.de>

Höchste inhaltliche und technische Qualität unserer Produkte ist unser Ziel. Bei der Produktion und Auslieferung unserer Bücher wollen wir die Umwelt schonen: Dieses Buch ist auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Ute Wrasmann / Annegret Heckmann

Geleitwort

„The first responsibility of a leader is to define reality.“ Mit dieser zunächst fast bizarr wirkenden Feststellung hat der CEO der Herman Miller Corp., Max de Pree, für erhebliche Unruhe gesorgt, und zwar in Theorie und Praxis. Vergegenwärtigt man sich den Hintergrund dieser Aussage, verliert sie schnell ihre Exotik. Im Grunde markiert sie nur einen Wechsel der Bezugsrahmen, wie er sich speziell im Bereich des Strategischen Management sei geraumer Zeit vollzieht: die strategische Analytik tritt zurück zugunsten der Logik strategischer Prozesse. Immer deutlicher schiebt sich die Frage nach dem faktischen Verlauf strategischer Entscheidungsprozesse in den Vordergrund oder allgemeiner die Frage nach den Grundlagen strategischer Handlungspraxis.

Eine besondere Rolle kommt in dieser Diskussion der kognitiven Strategieforschung zu. Sie richtet ihre Aufmerksamkeit auf die Funktionsprinzipien menschlichen Kognizierens, die Selektion, die Vereinfachung, die Konstruktion von Wirklichkeiten, die Sinnstiftung etc. Die Pointe liegt im radikalen Unterschied, den diese Zusicht auf strategische Prozesse zu dem vorherrschenden rational-analytischen Denkmodell macht. Während im herkömmlichen Modell die strategische Analyse als Exploration objektiver Gegebenheiten und Entwicklungen gesehen wird, stellt dem der kognitive Strategieansatz die selbstreferentielle Konstruktion strategischer Orientierungsmuster von Personen, Gruppen und/oder Systemen entgegen. Das Realitätsverständnis ändert sich, an die Stelle eines naiven Realismus tritt zunehmend ein komplizierterer und vor allem relativierter Realitätsbegriff. Eine solche Veränderung der Grundlagenphilosophie ist für die Strategielehre besonders wichtig, weil sie sich immer schon in dem Spannungsverhältnis von Realitätserkennung und Veränderung von Realität nach Maßgabe eigener Zwecksetzungen bewegt.

Die zunehmend einflußreichere kognitive Schule hat als erste diese Grundlagendiskussion systematisch in Gang gesetzt und es ist genau diese Stelle, an der vorliegende Arbeit einsetzt. Sie führt die Diskussion um das Realitätsverständnis des Strategieansatzes mit den Studien zur Rolle von kognitiven Mustern in strategischen Prozessen zusammen und zeigt die Konsequenzen für die Strategielehre auf.

Nach einer sorgfältigen Rekonstruktion des Realitätsverständnisses in der vorherrschenden Strategielehre zeigt Dr. Lüer die Antinomien dieses Realitätsverständnisses und ihre blockierende Wirkung für die Weiterentwicklung des Strategischen Managements auf. Es ist die Hauptthese seiner Arbeit, daß der kognitive Ansatz einen Ausweg aus diesem Dilemma im Realitätsverständnis weist. Aus der nur noch schwer zu überschauenden Fülle der Literatur destilliert er gekonnt die Kernaussagen der kognitiven Strategieforschung und macht sie so der Diskussion zugänglich.

Nachdem das Feld der (fast ausschließlich US-amerikanischen) kognitiven Strategieforschung zwischenzeitlich schon sehr breit geworden ist, entscheidet sich der Verfasser zu Recht, die Diskussionsdiskussion anhand eines ausgesuchten Themenfeldes zu diskutieren, nämlich der Formulierung strategischer Probleme.

Im abschließenden Teil plädiert der Verfasser für eine „kognitivistische Wende“ für die Strategielehre. Er zeigt auf, daß sich viele Ansätze und Instrumente des strategischen Managements als kognitive Strategien der Vereinfachung, der Sinnbildung, der Orientierung usw. rekonstruieren lassen, daß es sich in vielen Fällen um die Wiedereinführung rekonstruierter Praxis in die Praxis handelt. Sein Plädoyer läuft darauf hinaus, die Strategielehre nach einem neuen konstruktiv-kognitiven Grundriß umzuformen, er betont jedoch, daß dazu viele Bausteine des jetzigen Gebäudes in rekonstruierter Form wiederverwendet werden können.

Die Arbeit von Dr. Lüer bietet eine wertvolle und anregende Aufarbeitung der kognitiven Studien und eine theoretisch reizvolle Verknüpfung mit dem Konstruktivismus. Es ist ihr zu wünschen, daß sie mit ihren provozierenden Grundthesen eine lebhaftere Debatte entfacht; auf jeden Fall aber wird sie der Strategieforschung neue Impulse geben können.

Univ.-Prof. Dr. Georg Schreyögg

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Dezember 1996 abgeschlossen; sie hat dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin im Mai 1997 unter dem Titel "Kognitive Theorien und strategisches Management - Das Realitätsverständnis der Strategielehre im Lichte kognitiver Strategieforschungen" als Dissertation vorgelegen. Für die Drucklegung wurden lediglich kleinere redaktionelle Änderungen vorgenommen.

Entstehung und Gelingen dieser Arbeit sind der Unterstützung verschiedener Seiten zu verdanken. Betreut und begutachtet hat die Arbeit Professor Dr. Georg Schreyögg. Ihm möchte ich an dieser Stelle sehr herzlich danken für die vielfältigen Diskussionen und Anregungen während meiner Zeit als Mitarbeiter seines Hagener Instituts und während der daran anschließenden Niederschrift der Arbeit. Dank gilt auch Herrn Professor Dr. Michael Stitzel für seine Bereitschaft, kurzfristig das Zweitgutachten zu übernehmen.

Herzlich danken möchte ich darüberhinaus meinen Eltern und meinen Freunden, die mich auf meinem Weg nachhaltig unterstützt und immer wieder ermutigt haben. Dank gebührt insbesondere Dr. Birgit Mersmann, Anja Stemmer und meiner Mutter, die das Manuskript akribisch durchgesehen und von vielen Fehlern befreit haben.

Christoph Ulrich Lüer

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	XIII
A. Der Realitätsbegriff als problematische Voraussetzung der Strategieprozeßforschung - Zur Begründung der Themenstellung	1
1. Kognition als neues Thema der Strategieforschung	1
1.1 Strategieforschung im Spannungsfeld von Präskription und Deskription - Zum Stand der Diskussion	4
1.2 Kognition als neues Paradigma ? - Zur Verortung der kognitiven Strategieforschung und ihres Beitrags	16
1.3 Kognitive Strategieforschung als Auseinandersetzung mit dem Realitätsbegriff der Strategielehre	22
2. Paradigmen der Strategieprozeßforschung und ihre Realitäts- konzeption - Eine kritische Rekonstruktion	24
2.1 Rational-Aktor-Paradigma	24
2.1.1 Strategische Analyse als Auseinandersetzung mit der Handlungswirklichkeit des Unternehmens	26
2.1.2 Das Realitätsverständnis der rational-analytischen Strategiekonzeption	34
2.1.3 Unzulänglichkeiten und Probleme eines objektivistischen Realitätsverständnisses	40
2.2 Organisationsprozeß-Paradigma	50
2.3 Paradigma politischer Prozesse	59
2.4 Paradigma der organisierten Anarchie	71
3. Zur Insuffizienz des Realitätsverständnisses in der Strategieforschung ..	79

B.	Auf dem Weg zu einem alternativen Realitätsverständnis in der Strategielehre	83
1.	Realität als konstruierte Wirklichkeit - Der Radikale Konstruktivismus als Basis eines alternativen Realitätsbegriffs	86
1.1	Wirklichkeit als subjektiv-intellektuelle Konstruktionsleistung - Zu den kognitionstheoretischen Voraussetzungen des Radikalen Konstruktivismus	86
1.2	Interaktion und Kommunikation im Verständnis des Radikalen Konstruktivismus	90
1.3	Das Konstruieren von Wirklichkeiten - Auf dem Weg zu einem alternativen Realitätsbegriff	95
2.	Kognitive Strategieforschung	99
2.1	Einige Grundbegriffe der Kognitionspsychologie	100
2.1.1	Kognitive Strukturen	100
2.1.2	Kognitive Aktivität - Denken und Wahrnehmen	106
2.1.3	Kognition und Kontext	113
2.2	Kognitive Strategieforschung - Ein Aufriß	120
2.2.1	Kognitive Managementforschung als Folie der kognitiv orientierten Strategiediskussion	121
2.2.2	Zum Programm der kognitiven Strategieforschung	140
2.2.3	Diskussionsfelder der kognitiven Strategieforschung - Eine kurze Charakterisierung	147
3.	Die Konstruktion der strategischen Wirklichkeit - Eine Auseinander- setzung mit der aktuellen Forschung am Beispiel der Formulierung strategischer Probleme	156
3.1	Strategische Problemformulierung als Gegenstand der Forschung - Exemplarische Annäherungen	158
(1)	Problemwahrnehmung und Problemerkennntnis - Das Modell von Cowan	158
(2)	Die Formulierung strategischer Probleme - Die Studie von Lyles	163
(3)	"Strategic Issue Diagnosis" - Der Beitrag von Dutton et al.	169

3.2	Strategische Problemformulierung als Problemkonstruktion - Korrespondenzen zwischen konstruktivistischer Theorie und kognitiver Strategieforschung	175
3.2.1	Individuelle Problemwahrnehmung und radikale Subjektivität des Kognizierens	176
3.2.2	Zur Bedeutung des sozialen Kontexts für die Problemwahrnehmung	188
3.2.3	Strategische Problemformulierung als Institutionalisierung von Problemdefinitionen	204
3.3.	Strategische Probleme als sozial konstruierte Wirklichkeit	224
4.	Die Konstruktion der Wirklichkeit im strategischen Entscheidungs- prozeß - Zur Gestalt der vorgeschlagenen Begriffsalternative	229
C.	Zu den Konsequenzen einer kognitivistischen Wende für die Strategielehre - Ein Ausblick	242
	Literaturverzeichnis	267

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abb.1: Elemente und Aufbau der strategischen Planung nach Schreyögg	7
Abb.2: Typen der Strategiebildung nach Mintzberg	12
Abb.3: Strategischer Planungsprozeß	25
Abb.4: Bestimmungsfaktoren der Wettbewerbsintensität einer Branche nach Porter	30
Abb.5: Akteure im Fall "Brian Michaels"	63
Abb.6: Der Wahrnehmungszyklus nach Neisser	108
Abb.7: Kernthemen kognitiver Organisationsforschung im Zusammenhang nach Walsh	125
Abb.8: Der Prozeß des Organisierens nach Weick	134
Abb.9: Diskussionsfelder der kognitiven Strategieforschung	146
Abb.10: Der Prozeß des individuellen Problemerkennens nach Cowan	160
Abb.11: Der Prozeß der strategischen Problemformulierung bei Lyles	167
Abb.12: Einflußgrößen, Charakteristika und Ausflüsse der strategischen Problemformulierung nach Dutton et al.	170
Abb.13: Handlungsmuster im Umgang mit strategischen Problemen in Funktion ihrer Einordnung nach Dutton/Duncan	173
Tab.1: Entscheidungsprozeßmodi nach Cray et al.	69
Tab.2: Konstrukte der kognitiven Organisationsforschung in der Systematik von Schneider und Angelmar	122

A. Der Realitätsbegriff als problematische Voraussetzung der Strategieprozeßforschung - Zur Begründung der Themenstellung

1. Kognition als neues Thema der Strategieforschung

Anfang der neunziger Jahre veröffentlichte die amerikanische Managementwissenschaftlerin Marjorie Lyles die Ergebnisse einer Umfrage, in der sie führende Forscherkollegen um eine Einschätzung gebeten hatte, welche Themen in der beginnenden Dekade im Vordergrund der Strategiediskussion stehen würden.¹ Als vorrangiges Thema wurde dabei von den Befragten die Kognition und ihre Rolle im strategischen Entscheidungsprozeß angeführt. Nicht nur, daß dieses Themenfeld häufiger als jedes andere als aktuell beforschtes Gebiet genannt wurde; jeder Dritte sah darin eine der vorrangigen Problemstellungen für die Strategieforschung der neunziger Jahre.²

Etwa zur gleichen Zeit wie die Umfrage von Lyles erschien ein Aufsatz ihres Kollegen Charles Stubbart, in dem dieser vehement eine Auseinandersetzung mit dem Denken von Managern auf der Folie kognitionswissenschaftlicher Begriffe im Rahmen der Strategiediskussion einfordert. Stubbart begründet seinen Vorstoß damit, daß mit der in der Strategieforschung verbreiteten rationalistischen Konzeptualisierung des Managers als Entscheidungsträger die kognitive Bedingtheit allen Entscheidens und daraus erwachsende Beschränkungen und Eigenheiten übergangen würden.³

Zwischenzeitlich findet sich in der Strategieforschung eine Fülle von Beiträgen, in denen versucht wird, am Kognitionsbegriff anzuknüpfen und ihn in unterschiedlicher Weise für die Betrachtung strategischer Entscheidungsfindungsprozesse im Unternehmen fruchtbar zu machen. Das Spektrum der dabei angerissenen Fragestellungen ist breit gefächert. Es reicht von der Frage nach den Denkmustern und -strukturen einzelner Manager und Versuchen ihrer Rekonstruktion über die Analyse organisational

¹ vgl. (1990)

² vgl. ebda., S.365 ff.

³ vgl. (1989); Stubbart spricht von der Kognition als fehlendem Glied (missing link) in der Argumentationskette der Strategieforschung

verankerter Begriffs- und Vorstellungszusammenhänge bis hin zur Beschreibung kognitiver Prozesse sowohl auf Ebene des Individuums als auch des Unternehmens, seines Leitungsgremiums und anderer sozialer Referenzeinheiten. Die Betrachtungen schließen dem eigentlichen Entscheidungsprozeß vorgelagerte Schritte, wie namentlich die Problemformulierung, ebenso ein wie die Diskussion großflächiger Denk- und Entscheidungsmuster, die diese Prozesse etwa auf der Ebene von Branchen hervorbringen. Sie umfassen theoriegeleitete Überlegungen gleichermaßen wie - oft ins Detail gehende - empirische Befunde.⁴ Dabei verschwimmen in der Auseinandersetzung vielfach die Grenzen von Strategieforschung im speziellen und Organisations- und Managementforschung als dem ihr übergeordnetem Themengebiet.⁵

Angesichts eines so vielgestaltigen und detailreichen Forschungsmaterials stellt sich die Frage nach den zentralen Argumentationslinien und der Bedeutung des hier Zusammengetragenen innerhalb respektive für die Strategieforschung. Charles Stubbart will in seinem eingangs angeführten Aufsatz die Auseinandersetzung mit kognitiven Strukturen und Prozessen im Rahmen der Strategieforschung gegen ein Bild des Entscheidungsträgers als rational bestimmtem Akteur gerichtet wissen, in dem "alle dasselbe Wissen besitzen, in derselben Logik denken, dieselben Bedrohungen und Chancen beobachten und dieselben Ziele verfolgen"⁶, wie es seines Erachtens dem Strategieparadigma zugrundeliegt.⁷ An dessen Stelle soll ein differenziertes Verständnis der allem Entscheiden vorausliegenden kognitiven Aktivität gesetzt und damit die kognitive Bedingtheit aller Reflektionsbemühungen, wie sie gerade auch die Strategielehre thematisieren will, zur Voraussetzung der Diskussion erhoben werden.⁸ Stubbart positioniert

⁴ vgl. Huff/Reger (1987), S.222 ff.; Johnson (1987), S.38 ff.; Lewis (1988), S.19 ff.; a. Schwenk (1988); Eisenhardt/Zbaracki (1992) sowie ausführlich unten Kapitel B.2

Die Vielgestaltigkeit der kognitiv orientierten Forschung wird etwa auch ablesbar an einem Überblicksaufsatz zur kognitiven Organisations- und Managementforschung, den Schneider und Angelmar vorgelegt haben (vgl. 1993). Darin listen die Autoren über sechzig verschiedene Begriffsbildungen in der Diskussion auf.

⁵ Dies gilt insbesondere für Begriffe wie den des organisatorischen Lernens, des Wissens von Organisationen oder auch der Unternehmenskultur, die Bedeutung für die Strategie als spezifische Thematik, aber auch darüber hinaus besitzen. (vgl. z.B. Argyris/Schön 1978 i.V.m. Johnson 1987, S.42 ff.; Huber 1991 oder Beyer 1981; s. a. die diesbezüglichen Anmerkungen unten in Kapitel B.4)

⁶ (1989), S.326; Übersetzung d.d. Verf.

⁷ vgl. (1989), S.327 f.

⁸ ebda.

die kognitive Strategieforschung damit deutlich in Differenz zum herrschenden Strategieparadigma und seinem Begriffsbild des Entscheidungsträgers bzw. der der Entscheidung zugrundeliegenden Situationsauffassung. Die dort unterstellte Einheitlichkeit der Denk-, Wahrnehmungs- und Wissensstrukturen soll offenbar aufbauend auf kognitionswissenschaftlichen Begriffen aufgelöst und durch ein differenzierteres Bild der der strategischen Entscheidungsfindung zugrundeliegenden kognitiven Strukturen und Prozesse ersetzt werden.

Wie sieht diese Alternative aus? Welche Vorstellungen zu ersetzen und Unzulänglichkeiten der bisherigen Diskussionen zu kompensieren tritt sie an? Und welche Konsequenzen ergeben sich aus der Begriffsrevision, die mit der kognitiven Strategieforschung offenbar in die Wege geleitet wird?

Einen Beitrag zur Beantwortung dieser Fragestellungen zu leisten, ist das Ziel der vorliegenden Arbeit. Sie will herausarbeiten, wie mit der kognitiven Strategieforschung ein neuer Begriff von Realität in der strategischen Managementforschung entfaltet wird und welche Konsequenzen dies für die Strategiediskussion haben könnte. Dazu ist es zunächst einmal erforderlich, die kognitiv fundierte Forschung innerhalb der Strategiediskussion zu verorten und festzustellen, von welchen Vorstellungen sie sich absetzt. Erst auf dieser Folie kann diskutiert werden, wo die Unzulänglichkeiten bisheriger Begriffsbilder liegen und worin folglich der Beitrag der kognitiven Forschungen zur Strategiediskussion besteht. Dementsprechend sind die folgenden Seiten einer Einordnung der kognitiven Theorieauseinandersetzung in die strategische Managementforschung gewidmet (Kapitel A.1). Ausgehend davon werden in diesem ersten Teil der vorliegenden Arbeit dann die Realitätsbegriffe der etablierten Strategietheorie rekonstruiert und kritisch hinterfragt (Kapitel A.2 und 3). Die dabei zusammengetragenen Befunde bilden die Basis für den Hauptteil der Arbeit, in dem es gilt zu verdeutlichen, wie die kognitive Strategieforschung einen revidierten Begriff von Wirklichkeit in der Strategielehre entfaltet (Teil B.), um schließlich in einem Ausblick die Konsequenzen dieser Revision zu umreißen (Teil C.).

Die hier angedeutete Begriffsrevision ist allerdings kein vordergründiges Ziel der kognitiven Strategieforschung bzw. der sie konstituierenden Beiträge. Die vorliegende Arbeit hat daher als eine wesentliche Aufgabe, die kognitive Strategiediskussion zu

ordnen und deren Argumentationsmuster offenzulegen. Für dieses Unterfangen wird hier die Position des Radikalen Konstruktivismus als Leitlinie dienen.

1.1 Strategieforschung im Spannungsfeld von Präskription und Deskription - Zum Stand der Diskussion

Der Versuch, das Thema der Kognition innerhalb der strategischen Managementforschung zu verorten, kommt nicht um einen groben Aufriß der letztgenannten, ihres Anliegens und ihrer zentralen Argumentationslinien umhin. Im Folgenden wird eine entsprechende Charakterisierung entwickelt, um auf dieser Basis die Einordnung der kognitiven Diskussion anzugehen.

Der Begriff der Strategie, wie er heute in der betriebswirtschaftlichen Literatur weithin Verwendung findet, ist im wesentlichen in der amerikanischen Managementforschung der sechziger Jahre geprägt worden.⁹ Bis zu dieser Zeit war die Unternehmensführung als Aufgabe, die Aktivitäten einzelner Funktionsbereiche im Betrieb zu integrieren und zu orientieren, überwiegend kasuistisch beschrieben und vermittelt worden.¹⁰ Diese Art der Annäherung erwies sich jedoch aus mehreren Gründen zusehends als unzurei-

⁹ vgl. stellvertretend etwa Gilmore/Brandenburg (1962); Ansoff (1965); Andrews (1980; zuerst 1967) sowie den Sammelband von Steinmann (1981)

¹⁰ Diese sogenannte Business-Policy-Lehre ist vor allem an der Harvard Business School in Anlehnung an Ausbildungsmethoden der Jurisprudenz als breit angelegte Lehre von der Unternehmensführung entwickelt worden (vgl. Bowman 1990, S.10 ff.; Schendel/Hatten 1972, S.99 f.; Steinmann/Schreyögg 1993, S.35 f.) Vereinzelt finden sich aber auch schon in frühen Veröffentlichungen zur Managementaufgabe, etwa bei Barnard oder Drucker, theoretisch angelegte Überlegungen zum Problem der strategischen Steuerung von Unternehmen (vgl. Hofer/Schendel 1978, S.16; Chakravarthy/Doz 1992, S.7).

In der deutschen betriebswirtschaftlichen Theoriediskussion findet sich eine der Business-Policy-Lehre vergleichbare, allerdings stärker theoretische Auseinandersetzung unter dem Begriff Betriebs- oder Unternehmenspolitik (vgl. etwa Mellerowicz 1976; Sandig 1966 sowie im Überblick Dlugos 1984). Im Vordergrund stehen dort vor allem Fragen des Führungsinstrumentariums und der Führungsverfassung; diskutiert werden im gleichen Kontext aber auch funktionsbereichsspezifische Einzelpolitiken. Eine im eigentlichen Sinne übergeordnete Steuerungssicht wird hier jedoch nicht ausgearbeitet. Auch hier wird aber von einigen Autoren wie z.B. Gutenberg die Auffassung vertreten, die Unternehmenspolitik als Führungsaufgabe stelle einen der wissenschaftlichen Durchdringung nur bedingt zugänglichen, letztlich in den Bereich der Intuition zu verweisenden Fragenkomplex dar. (vgl. 1962; ähnlich schon Schumpeter 1934, S.119 ff.)

Vgl. daneben zur Geschichte des Strategiebegriffs a. Bracker (1980); Hinterhuber (1990), S.3 ff. sowie zur Verwendung des Begriffs in anderen Theoriekontexten Crow (1989)

chend.¹¹ Zum einen hatte die seit den zwanziger Jahren vielerorts betriebene Diversifizierung des Leistungsspektrums organisatorisch stark differenzierte, oftmals divisionalisierte Unternehmensgebilde entstehen lassen.¹² Planungsverfahren wie die Budgetierung und Investitionsplanung, die sich in der Unternehmenspraxis weithin hatten etablieren können, zeigten sich jedoch wenig geeignet, um in einer derartigen Situation die Zielsetzungen verschiedener Unternehmensteile aufeinander abzustimmen und vor allem eine im Hinblick auf die längerfristige Unternehmensentwicklung sinnfällige Verteilung knapper Ressourcen zu gewährleisten. Die Ausarbeitung einer für diese Problemlage angemessenen, das Unternehmen und seine Handlungsmöglichkeiten umfassend erschließenden Entscheidungsmethodik schien daher geboten.¹³ Diese Notwendigkeit wurde unterstrichen durch einen in vielen Branchen als Folge gestiegener mindestoptimaler Betriebsgrößen, verstärkter vertikaler Integration sowie steigender Technologieentwicklungskosten wachsenden Anteil kurzfristig nicht variierbarer Kostenbestandteile und eine infolgedessen zunehmende Bindungswirkung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen.¹⁴ Hinzu kam schließlich, daß in den sechziger Jahren vielerorts eine langanhaltende Phase wirtschaftlichen Wachstums zu Ende ging. Dies wurde von vielen Beteiligten als zunehmende Turbulenz ihrer Handlungsumwelt begriffen und begründete den Wunsch nach Instrumenten, mit deren Hilfe sich Unternehmen frühzeitig auf vermehrte und vor allem immer rascher auftretende Anpassungsbedarfe ausrichten ließen.¹⁵

¹¹ vgl. Schreyögg (1984), Kap.2. passim; vgl. a. Hofer/Schendel (1978), S.12 ff.

¹² vgl. Chandler (1962); Dyas/Thanheiser (1976); Fligstein (1985) sowie im Überblick Kieser/Kubicek (1992), S.236 ff.

¹³ vgl. hierzu v.a. den viel zitierten Aufsatz von Gluck et al. (1980), die hier eine historische Abfolge in der Entwicklung nachzuweisen versuchen; ferner Ansoff (1980)

¹⁴ vgl. Schreyögg (1984), S.69 ff.

In jüngerer Zeit hat Ghemawat einen Versuch unternommen, diese Problemlage für die Strategielehre systematisch aufzuarbeiten und Möglichkeiten zu ihrer Bewältigung aufzuzeigen (vgl. 1991)

¹⁵ vgl. Schreyögg (1984), S.72 f.; Ansoff et al. (1976)

Die Turbulenzthese ist als Ansatz zur Erklärung der Begründung des Strategiekonzepts in der Literatur zwar verbreitet, gleichwohl nicht unproblematisch (vgl. Schreyögg, a.a.O.). Einerseits ist die Behauptung einer zunehmenden Umweltturbulenz schwer zu generalisieren. Zwar lassen sich ohne Frage zahllose Beispiele für Entwicklungsbrüche in Branchenkontexten anführen; anhand solcher Einzelbelege ist indessen schwer zu begründen, weshalb die heute zu verzeichnenden Veränderungen eine andere Qualität besitzen sollten als frühere. Die Beschreibung der ökonomischen Handlungsumwelt als zunehmend turbulent muß von daher wohl - wie angedeutet - in erster Linie als Konstrukt des jeweiligen Beobachters verstanden werden (vgl. a. Schreyögg 1994, S.73 ff.; Starbuck 1976, S.1078 ff.). Zum anderen steht eine hohe Dynamik und Variabilität des Umweltgeschehens der Formulierung längerfristiger Handlungsprogramme und einer frühzeitigen Ausrichtung

Die Strategielehre wurde vor diesem Hintergrund begründet mit dem Ziel, die grundlegende Ausrichtung der Unternehmensaktivitäten als Teil der Führungsaufgabe systematisch zu durchdringen, ihre wesentlichen Aufgabenfelder zu bezeichnen und Methoden und Konzepte zu deren Bewältigung bereitzustellen. Mit dem Strategiekonzept sollte der Unternehmenspraxis ein Instrumentarium an die Hand gegeben werden, mit dem sich der Handlungsraum des Unternehmens und dessen Entwicklung beschreiben, seine Aktionsmöglichkeiten ausloten und eine ökonomisch sinnvolle Entscheidung zwischen den aufgezeigten Alternativen herleiten liessen.¹⁶ Die Aufgabe der grundlegenden Orientierung des Unternehmenshandelns sollte, mit anderen Worten, einer systematischen Bearbeitung erschlossen werden.

Die umrissene Programmatik bildet die Grundlage für die Entfaltung der präskriptiven Strategielehre und ihrer Konzepte, wie sie bis heute die Vorstellungen der Unternehmenspraxis weithin prägen. Die Entwicklung strategischer Konzepte im Unternehmen wird hier als eine im Kern planerisch zu bewältigende Aufgabe aufgefasst;¹⁷ die Strategie eines Unternehmens wird folgerichtig als das Ergebnis eines linear von der Analyse über die Entscheidung zur Umsetzung fortschreitenden Prozesses konzeptualisiert¹⁸ (vgl. Abbildung 1). Dieser beginnt bei der Bestimmung der Unternehmensziele bzw. des Unternehmenszwecks soweit diese nicht als gegeben betrachtet werden.¹⁹ Den ersten eigentlichen Schritt auf dem Weg zur Erarbeitung einer Unternehmens- oder Wettbewerbsstrategie bildet dann die strategische Analyse als der Versuch, die aktuelle Handlungssituation des Unternehmens zu charakterisieren und diese Zustandsdiagnose auf die Zukunft hin zu extrapolieren.²⁰ Auf dieser Folie sind Handlungsbedarfe und

von Aktivitäten, wie sie Ziel der Strategielehre ist, unmittelbar entgegen. (vgl. zu diesem Problem aller Planung früh schon Newman 1951, S.56 ff.; ferner a. Ansoff 1980; aus Sicht der Entscheidungslogik Bretzke 1980, S.154 ff.; Wild 1970 sowie grundlegend Luhmann 1984a, S.417 ff.)

¹⁶ vgl. etwa Andrews (1980); Ansoff (1965); Hofer/Schendel (1978), insb. S.4 ff. passim; Schendel/Hofer (1979), S.11 ff.

¹⁷ vgl. etwa Bourgeois (1980), S.27 f.; Johnson (1987), S.36 ff.; Mintzberg (1994)

¹⁸ vgl. exemplarisch etwa Gilmore/Brandenburg (1962); Ansoff (1965); Grinyer (1971); Hofer/Schendel (1978); Hax/Majluf (1984); Johnson/Scholes (1993).

¹⁹ Je nach Autor wird die Explikation der Unternehmensziele als Teil des strategischen Entscheidungsprozesses oder Vorgabe desselben behandelt. Vgl. hierzu den kurzen Überblick bei Hofer/Schendel (1978), S.16 ff.; ferner a. grundlegend Bretzke (1980), S.72 ff.

²⁰ Eine Reihe von Veröffentlichungen thematisiert ausschließlich diesen Teil des Strategieformulierungsprozesses, meist unter Verwendung von Ergebnissen der Strategieinhaltsforschung (vgl. a. unten): vgl. etwa Oster (1990); Grant (1991)

Probleme des Unternehmens im Hinblick auf die Erreichung seiner Ziele zu bestimmen; gleichzeitig können geeignete Handlungsmöglichkeiten zur Überwindung dieser Diskrepanzen erarbeitet werden. Diese Alternativen sind im weiteren in Funktion der Unternehmensziele zu bewerten, um eine Entscheidung über eine geeignete Strategie herbeiführen zu können. Damit ist die Aufgabe der Strategieformulierung im Kern abgeschlossen.²¹ Im weiteren gilt es, den mit der gewählten Strategie vorgegebenen Rahmen in konkretes Handeln im Unternehmen umzusetzen. Dazu gehört u.a. die Einrichtung strategiegerechter Organisationsstrukturen und Führungssysteme, eine entsprechende Stellenbesetzung, sowie die Erarbeitung funktionsbezogener Programme und Kurzfristplanungen.²²

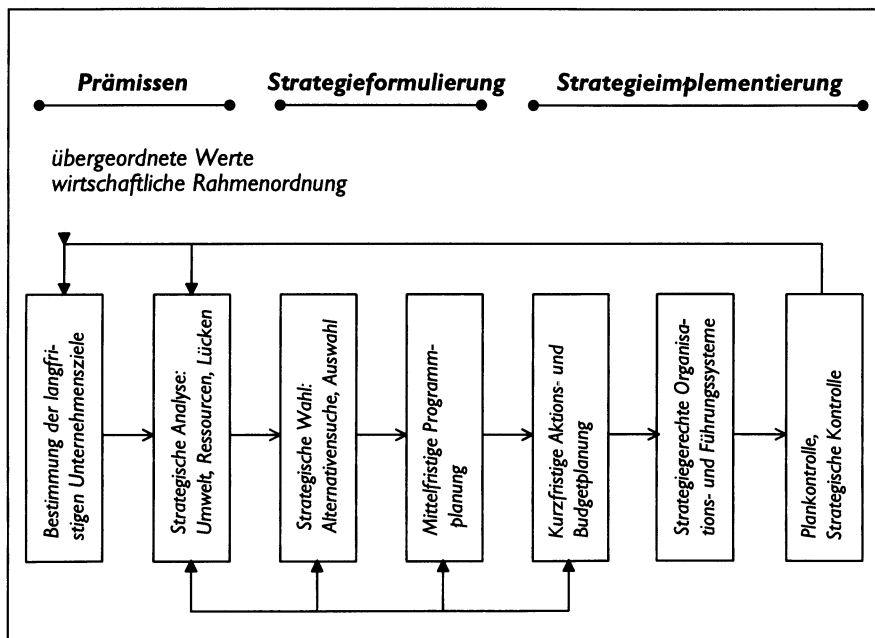


Abb. 1: Elemente und Aufbau der strategischen Planung nach Schreyögg
Quelle: Schreyögg (1984), S.85, modifiziert

²¹ vgl. zusammenfassend Schreyögg (1984), S.89 ff.

²² vgl. etwa Galbraith/Nathanson (1978); Hax/Majluf (1984)

Die hier skizzierte formale Konzeptualisierung des Strategiebildungsprozesses wird - vor allem im Strategieverständnis der Unternehmenspraxis - vervollständigt durch Ergebnisse der sogenannten Strategieinhaltsforschung.²³ Im Zuge dieser Forschung wird versucht, Unternehmens- und Wettbewerbsstrategien, die Rahmenbedingungen ihrer Realisierung sowie ihre Erfolgswirkungen empirisch zu erfassen, um Marktsituationen und Typen strategischer Entscheidungen zu identifizieren und auszuzeichnen, die überdurchschnittliche Unternehmenserfolge ermöglichen.²⁴ Dabei knüpft die Inhaltsforschung vor allem an mikro- und industrieökonomische Konzepte wie namentlich das Bain-Mason-Paradigma und die dort entfaltete Vorstellung an, daß Handlungsmöglichkeiten und Erfolgspotentiale eines Unternehmens aus industriestrukturellen Zusammenhängen zu erklären sind.²⁵

In den siebziger Jahren ging mit der Strategieinhaltsforschung überdies das Bestreben einher, gesetzesmäßige Zusammenhänge zwischen strategischem Handeln, Marktstrukturen und Unternehmenserfolg zu identifizieren, um so zu generellen Erfolgsstrategien zu gelangen.²⁶ Die Strategieformulierung sollte damit nach der Bestimmung der Unter-

²³ In der Strategieliteratur hat es sich eingebürgert, unabhängig vom normativen Anspruch der Beiträge zunächst einmal zwischen Inhalts- und Prozeßforschung zu unterscheiden (vgl. etwa Hofer 1975; Bower/Doz 1979, S.152 ff.; Jauch 1983; Chaffee 1985, S.89; Chakravarthy/Doz 1992, S.5 f.; Sydow 1992, S.237 ff.) Erst auf dieser Folie wird dann zwischen präskriptiver und deskriptiver Forschung unterschieden. Im Strategieverständnis der Unternehmenspraxis mischen sich allerdings die Empfehlungen der einem rational-analytischen Entscheidungsprozeßverständnis verpflichteten Prozeßforschung mit den Ergebnissen der - in weiten Zügen empirisch verfahrenen - Inhaltsforschung. Beide stehen im Gegensatz zu dem Bild strategischer Entscheidungsprozesse, wie es ein anderer, ausschließlich deskriptiv verfaßter Teil der Strategieprozeßforschung zeichnet (vgl. zur Systematisierung der Forschungsfelder Schreyögg 1984; Huff/Reger 1987). Vor diesem Hintergrund scheint es gerechtfertigt, hier die Strategieinhaltsforschung im Zusammenhang mit der präskriptiven Strategieprozeßforschung einzuführen. Dies gilt umso mehr, als in jüngerer Zeit die Zweckmäßigkeit der Gliederung der Strategieforschung in Inhalts- und Prozeßforschung in Frage gestellt wird. (vgl. etwa Pettigrew 1992, S.5 ff. sowie unten)

²⁴ vgl. Fahey/Christensen (1986); Montgomery et al. (1989); Rumelt et al. (1991), S.6 ff.

²⁵ vgl. Schreyögg (1984), S. 50 ff.; programmatisch Porter (1981); ferner kritisch zur Ausrichtung am IO-Paradigma Prahalad/Hamel (1994), S. 10 f.

²⁶ Diese Zielsetzung wurde paradigmatisch auf der Pittsburgh-Konferenz 1977 formuliert (vgl. hierzu den Konferenzband Schendel/Hofer 1979) und richtete sich zunächst auf die Entdeckung eindeutiger Handlungsnormen, später dann nur noch auf die Entwicklung eines kontingenztheoretischen Ansatzes für die Strategielehre (vgl. etwa Hofer 1975).

Bekannte Ausflüsse dieser nomologisch ausgerichteten Forschungstradition sind etwa das Konzept der Erfahrungskurve, der Produktlebenszyklus, die Zusammenführung beider in den Portfolioansätzen sowie die PIMS-Forschung. (vgl. im Abriß Kreikebaum 1993, S.73 ff. und 99 ff.)

nehmenssituation im Sinne der Analyse auf konkrete inhaltliche Empfehlungen für eine optimale Strategie zurückgreifen können. Diesen weitreichenden Anspruch hat die Inhaltsforschung zwischenzeitlich verloren.²⁷ Stattdessen ist zunächst der Versuch in den Vordergrund getreten, ausgehend von der Ex-post-Analyse und -Erklärung von Marktentwicklungen und Unternehmenshandeln herauszuarbeiten, welche Faktoren das Gewinnpotential von Marktsituationen bestimmen, und vor diesem Hintergrund grundlegende strategische Handlungsoptionen zu skizzieren.²⁸ Zentrale Aufgabe der strategischen Analyse wird damit die Suche nach überdurchschnittlich profitablen Marktsituationen und Möglichkeiten, das Unternehmen darin zu positionieren. Diese Art der Strategiebetrachtung hat breite Popularität vor allem durch die Arbeiten von Michael Porter erlangt.²⁹

In jüngeren Beiträgen wird versucht, diese Vorstellung von Strategie mit ihrem primären Ansatz an den Marktgegebenheiten zu revidieren zugunsten einer Sichtweise, die zunächst am Unternehmen und seiner Ressourcenausstattung anknüpft. Dahinter steht die Idee, daß Erfolgsdifferenzen von Unternehmen in der Verschiedenheit ihrer Ressourcenausstattungen verbunden mit Beschränkungen der Handelbarkeit bestimmter Ressourcenarten begründet liegen.³⁰ Damit wird das Augenmerk der strategischen Analyse auf die materielle Ausstattung des Unternehmens und deren eventuelle Einzigh-

²⁷ Gleichwohl werden entsprechende Ansprüche nach wie vor in der Literatur vertreten (vgl. etwa Camerer 1985; Montgomery et al. 1989). Demgegenüber hat Schreyögg zu zeigen versucht, daß die Schwierigkeiten, die bei dem Versuch, eine derartige nomologische oder kontingenztheoretische Strategielehre aufzubauen, aufgetreten sind, nicht im begrenzten Umfang der bisherigen Forschungsbemühungen, sondern vielmehr konzeptionell begründet sind. Der Strategiebegriff zielt seiner Anlage nach auf Indeterminiertheit und Originalität unternehmerischen Handelns im Wettbewerb. Dies bedeutet, daß er sich einer einfachen Übersetzung in ein kausallogisches Forschungsdesign entzieht, wie sie für die Formulierung allgemeiner strategischer Handlungsnormen erforderlich wäre. Vor allem aber erscheint die Idee, strategische Erfolgsgesetze zu erarbeiten, im Lichte der Ausgangsidee der Strategielehre - des gestaltenden Umgangs des Unternehmens mit seiner Umwelt - nicht haltbar. (vgl. 1992, insb. S.207 ff.; ferner a. Bourgeois 1980 passim; Mahoney 1993; Daft/Lewin 1990)

²⁸ vgl. Rumelt et al. (1991) passim, insb. S.20

²⁹ vgl. v.a. (1980); (1985)

³⁰ vgl. Barney (1991); Peteraf (1993); Carroll (1993); Collis/Montgomery (1995)

Mit dieser sogenannten ressourcenbasierten Strategietheorie einher geht die Kritik bisheriger Konzeptualisierungen des Unternehmens in der mikroökonomischen Theorietradition, wie sie auch etwa der von Porter geprägten Strategiepräskription zugrundeliegt. Konkret wird dieser Ausrichtung der Strategielehre vorgeworfen, die Gestaltbarkeit des Unternehmens, seiner Abläufe und Strukturen zu überschätzen und die darin begründeten Fähigkeiten und Potentiale zu übergehen. (vgl. Teece 1985 S.39, S.47 f.; Rumelt et al. 1991; sowie im Überblick a. Conner 1991; Seth/Thomas 1994)