

Susanne Claas

Marktorientiertes Management in Wachstumsunternehmen

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Malte Brettel

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Vorgehensweise	8
2 Grundlagen	11
2.1 Marktorientierung	11
2.1.1 Definition und Sichtweisen der Marktorientierung.....	12
2.1.2 Begriffsverwendung im Rahmen dieser Arbeit.....	17
2.1.3 Theoretisch-konzeptionelle Arbeiten	20
2.1.4 Empirische Arbeiten.....	29
2.2 Wachstumsunternehmen.....	38
2.2.1 Richtungen der Entrepreneurshipforschung.....	39
2.2.2 Begriffsdefinition und Sichtweisen.....	41
2.2.3 Herleitung der Charakteristika von Wachstumsunternehmen.....	51
2.2.4 Untersuchung der Charakteristika von Wachstumsunternehmen	53
2.3 Management	59
2.3.1 Begriffsverwendung und -definition	59
2.3.2 Übersicht über Ansätze der Unternehmensführung („Denkschulen“)	64
2.3.3 Auswahl des Untersuchungsrahmens.....	70
3 Management in Wachstumsunternehmen	76
3.1 Planung	76
3.1.1 Planung im Allgemeinen	77
3.1.2 Besonderheiten der Planung in Wachstumsunternehmen	82
3.1.3 Bedeutung der Planung für die Marktorientierung.....	85
3.1.4 Zusammenfassende Bewertung der Funktion Planung	86

3.2	Organisation	87
3.2.1	Organisation im Allgemeinen	87
3.2.2	Besonderheiten der Organisation in Wachstumsunternehmen.....	94
3.2.3	Bedeutung der Organisation für die Marktorientierung	96
3.2.4	Zusammenfassende Bewertung der Funktion Organisation.....	97
3.3	Personaleinsatz.....	98
3.3.1	Personaleinsatz im Allgemeinen	98
3.3.2	Besonderheiten des Personaleinsatzes in Wachstumsunternehmen	100
3.3.3	Bedeutung des Personaleinsatzes für die Marktorientierung	103
3.3.4	Zusammenfassende Bewertung der Funktion Personaleinsatz	104
3.4	Führung (im engeren Sinne)	104
3.4.1	Führung im Allgemeinen.....	104
3.4.2	Besonderheiten der Führung in Wachstumsunternehmen.....	109
3.4.3	Bedeutung der Führung für die Marktorientierung.....	111
3.4.4	Zusammenfassende Bewertung der Funktion Führung.....	112
3.5	Kontrolle	112
3.5.1	Kontrolle im Allgemeinen.....	113
3.5.2	Besonderheiten der Kontrolle in Wachstumsunternehmen	116
3.5.3	Bedeutung der Kontrolle für die Marktorientierung	118
3.5.4	Zusammenfassende Bewertung der Funktion Kontrolle.....	119
3.6	Fazit.....	119
4	Aufbau der empirischen Untersuchung.....	122
4.1	Methodik.....	122
4.1.1	Auswahl und Beschreibung der Untersuchungsmethode.....	122
4.1.2	Beschreibung der Vorgehensweise	130
4.2	Konzeptualisierung	133
4.2.1	Marktorientierte Planung in Wachstumsunternehmen	133
4.2.2	Marktorientierte Organisation in Wachstumsunternehmen	135
4.2.3	Marktorientierter Personaleinsatz in Wachstumsunternehmen.....	143
4.2.4	Marktorientierte Führung in Wachstumsunternehmen.....	144
4.2.5	Marktorientierte Kontrolle in Wachstumsunternehmen.....	149
4.2.6	Marktorientierung und Erfolg.....	150
4.2.7	Gesamtmodell.....	152

4.3	Empirische Operationalisierung.....	153
4.3.1	Management.....	154
4.3.2	Marktorientierung.....	162
4.3.3	Erfolg.....	164
4.3.4	Wachstumsphasen.....	166
5	Durchführung der empirischen Untersuchung.....	168
5.1	Datengrundlage.....	168
5.1.1	Festlegung der Grundgesamtheit.....	168
5.1.2	Datenerhebung.....	170
5.1.3	Verwertbarkeit der Daten.....	173
5.1.4	Repräsentativität der Daten.....	174
5.2	Empirische Überprüfung des Modells.....	175
5.2.1	Spezifizierung der Konstrukte.....	176
5.2.2	Gütebeurteilung auf Messmodellebene.....	181
5.2.3	Gütebeurteilung auf Strukturmodellebene.....	197
5.3	Diskussion der Ergebnisse.....	208
5.3.1	Ergebnisse im Bereich Planung.....	208
5.3.2	Ergebnisse im Bereich Organisation.....	212
5.3.3	Ergebnisse im Bereich Personaleinsatz.....	215
5.3.4	Ergebnisse im Bereich Führung.....	216
5.3.5	Ergebnisse im Bereich Kontrolle.....	219
5.3.6	Ergebnisse zu Marktorientierung und Erfolg.....	221
6	Zusammenfassende Beurteilung.....	224
6.1	Erkenntnisse bezüglich der Forschungsfragen.....	224
6.2	Implikationen für die Forschung.....	225
6.2.1	Inhaltliche, theoretische und methodische Beurteilung.....	225
6.2.2	Restriktionen und weiterer Forschungsbedarf.....	227
6.3	Implikationen für die unternehmerische Praxis.....	228
Anhang		233
Literaturverzeichnis		245