

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Problemstellung und Zielsetzung .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Aufbau der Arbeit.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Strategische Unternehmensführung .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Unternehmen und Unternehmensumwelt .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Strategisches Management von Unternehmen.....</b>	<b>15</b>
2.2.1 Strategische Diagnose .....	18
2.2.2 Formulierung von Strategieoptionen .....	20
2.2.3 Strategiewahl .....	21
2.2.4 Strategieimplementierung .....	21
<b>3. Strategische Planung und Kontrolle .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Grundlagen zur strategischen Planung und Kontrolle.....</b>	<b>26</b>
3.1.1 Feedback-Kontrolle im strategischen Kontext.....	29
3.1.2 Komplexität und Unsicherheit als Rahmenbedingungen der strategischen Planung und Kontrolle .....	31
<b>3.2 Konzeption der strategischen Kontrolle.....</b>	<b>34</b>
3.2.1 Der strategische Kontrollprozess .....	37
3.2.2 Strategische Prämissenkontrolle .....	42
3.2.3 Strategische Durchführungskontrolle .....	47
3.2.4 Strategische Überwachung.....	52
3.2.4.1 Konzeption der strategischen Überwachung.....	53
3.2.4.2 Abgrenzung der strategischen Überwachung von der Frühaufklärung .....	57
3.2.4.3 Fallbeispiele strategischer Überwachung.....	65

<b>3.3 Gestaltung der strategischen Kontrolle .....</b>	<b>66</b>
3.3.1 Zentralisierte Organisation strategischer Kontrolle .....	68
3.3.2 Dezentralisierte Organisation der strategischen Kontrolle .....	70
3.3.3 Implizite oder explizite Gestaltung der strategischen Kontrolle.....	75
<b>3.4 Empirische Erkenntnisse zur praktischen Umsetzung der strategischen Kontrolle .....</b>	<b>77</b>
3.4.1 Forschungsmethodik der aktuellen empirischen Untersuchung .....	81
3.4.2 Auswertung und Darstellung der Ergebnisse der empirischen Studie.....	86
3.4.2.1 Strategische Planung .....	87
3.4.2.2 Strategische Kontrolle .....	89
3.4.2.3 Das Verhältnis von strategischer Planung und Kontrolle .....	96
3.4.2.4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen zur strategischen Kontrolle.....	104
<b>4. Performance Measurement.....</b>	<b>109</b>
<b>4.1 Grundlagen des Performance Measurement .....</b>	<b>111</b>
<b>4.2 Ausgewählte Konzepte des Performance Measurement.....</b>	<b>119</b>
4.2.1 Intellectual Capital Ansatz .....	122
4.2.1.1 Konzept des Intellectual Capital Ansatzes .....	123
4.2.1.2 Der Intellectual Capital Ansatz als Instrument des strategischen Managements.....	128
4.2.1.3 Der Intellectual Capital Ansatz als Instrument der strategischen Kontrolle.....	129
4.2.2 Quantum Performance .....	129
4.2.2.1 Konzept von Quantum Performance .....	130
4.2.2.2 Quantum Performance als Instrument des strategischen Managements.....	135
4.2.2.3 Quantum Performance als Instrument der strategischen Kontrolle.....	136
4.2.3 Tableau de Bord .....	138
4.2.3.1 Konzept des Tableau de Bord .....	139
4.2.3.2 Tableau de Bord als Instrument des strategischen Managements.....	143
4.2.3.3 Tableau de Bord als Instrument der strategischen Kontrolle .....	144
4.2.4 Balanced Scorecard.....	146
4.2.4.1 Konzept der Balanced Scorecard .....	147
4.2.4.2 Balanced Scorecard als Instrument des strategischen Managements.....	155
4.2.4.3 Balanced Scorecard als Instrument der strategischen Kontrolle.....	160

<b>4.3 Schlussfolgerungen zum Performance Measurement</b> .....	<b>164</b>
4.3.1 Konzepte des Performance Measurement als Instrument des strategischen Managements .....	164
4.3.2 Konzepte des Performance Measurement als Instrument der strategischen Kontrolle.....	167
<b>4.4 Empirische Erkenntnisse zum Performance Measurement</b> .....	<b>169</b>
4.4.1 Ausgewählte Resultate früherer Studien.....	170
4.4.2 Aktuelle Studie zum Performance Measurement.....	177
4.4.3 Praxisszenarien bei Anwendung der Balanced Scorecard und Vernachlässigung der strategischen Kontrolle.....	184
4.4.3.1 Ergebniszielabweichung trotz günstiger Performance Messungen.....	185
4.4.3.2 Zieldifferenz einzelner Performance Measurement Indikatoren.....	189
<b>5. Performance Measurement als ganzheitliches Instrument des strategischen Managements</b> .....	<b>193</b>
<b>5.1 Strategiekommunikation als Voraussetzung der strategischen         Kontrolle</b> .....	<b>196</b>
<b>5.2 Beobachtung der Unternehmensumwelt</b> .....	<b>200</b>
5.2.1 Motivation und Kultur als Voraussetzung der Umweltbeobachtung.....	202
5.2.2 Die Fähigkeit zum strategischen Denken als Voraussetzung .....	204
<b>5.3 Die Relevanzbeurteilung von Umweltereignissen</b> .....	<b>206</b>
5.3.1 Hilfsmittel zur Relevanzbeurteilung .....	206
5.3.2 Unterstützung der Relevanzbeurteilung durch eine Dienstleistungsabteilung .....	208
<b>5.4 Informationsweiterleitung</b> .....	<b>208</b>
5.4.1 Kultur als notwendige Rahmenbedingung der Informationsweiterleitung .....	211
5.4.2 Unterstützung der Informationsweiterleitung durch eine Dienstleistungsabteilung .....	212
<b>5.5 Informationsverwendung</b> .....	<b>212</b>
5.5.1 Das neue Managementmeeting .....	213
5.5.2 Adaption der Strategie und der Führungsinstrumente .....	215

<b>5.6 Schlussbemerkungen zur Implementierung des integrierten Ansatzes ....</b>	<b>217</b>
<b>6. Fazit und Ausblick .....</b>	<b>221</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>227</b>