

# Grundlagen der Unternehmensführung

Einführung für Bachelorstudierende

Bearbeitet von  
Harald Hungenberg, Torsten Wulf

5. aktualisierte Auflage 2015. Buch. XVIII, 417 S. Kartoniert

ISBN 978 3 662 46996 5

Format (B x L): 16,8 x 24 cm

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Unternehmen und Unternehmensführung im Überblick</b> . . . . .	1
1.1 Was ist ein Unternehmen? . . . . .	1
1.1.1 Merkmale eines Unternehmens – die realwirtschaftliche Perspektive . . . . .	12
1.1.2 Merkmale eines Unternehmens – die finanzwirtschaftliche Perspektive . . . . .	16
1.2 Was ist Unternehmensführung? . . . . .	19
1.2.1 Unternehmensführung als Institution . . . . .	20
1.2.2 Unternehmensführung als Funktion . . . . .	21
1.2.3 Unternehmensführung – die anderen Perspektiven . . . . .	27
1.3 Entstehung und Entwicklung der Lehre von der Unternehmensführung . . . . .	29
1.3.1 Vorläufer der Unternehmensführungslehre . . . . .	29
1.3.2 Klassische Ansätze . . . . .	31
1.3.3 Verhaltenswissenschaftliche Ansätze . . . . .	34
1.3.4 Quantitative Ansätze . . . . .	36
1.3.5 System- und kontingenztheoretische Ansätze . . . . .	37
Literatur . . . . .	40
<b>2 Der normative Rahmen der Unternehmensführung</b> . . . . .	41
2.1 Unternehmensziele . . . . .	41
2.1.1 Arten von Unternehmenszielen . . . . .	43
2.1.2 Entstehung von Unternehmenszielen . . . . .	45
2.1.3 Shareholder-Ansatz und Stakeholder-Ansatz als alternative Zielkonzepte . . . . .	48
2.1.4 Funktionen und Wirkungsweise von Unternehmenszielen . . . . .	53
2.2 Unternehmensverfassung . . . . .	57
2.2.1 Merkmale und Zweck der Unternehmensverfassung . . . . .	61
2.2.2 Rechtliche Grundlagen der Unternehmensverfassung . . . . .	62
2.2.3 Principal-Agent-Theorie als wissenschaftliche Basis für die Gestaltung der Unternehmensverfassung . . . . .	71

2.2.4	Aktuelle Diskussion zur Unternehmensverfassung in Deutschland .....	72
2.3	Unternehmenskultur .....	76
2.3.1	Merkmale und Elemente der Unternehmenskultur .....	78
2.3.2	Arten von Unternehmenskulturen .....	82
2.3.3	Wirkungen und Veränderbarkeit der Unternehmenskultur .....	88
Literatur	.....	91
<b>3</b>	<b>Strategie und Strategiegestaltung</b> .....	93
3.1	Grundlagen der Strategiegestaltung .....	95
3.2	Strategiegestaltung auf Unternehmensebene .....	98
3.2.1	Portfolioplanung als Kernbestandteil der Strategiegestaltung .....	99
3.2.2	Planung von Portfolioveränderungen .....	110
3.2.3	Diversifikation als Ergebnis von Portfolioplanungen .....	118
3.3	Strategiegestaltung auf Geschäftsfeldebene .....	126
3.3.1	Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbsstrategien .....	126
3.3.2	Generische Wettbewerbsstrategien .....	128
3.3.3	Strategiealternativen als Ergebnis der Strategieformulierung .....	141
3.4	Strategische Analyse als Basis der Strategiegestaltung .....	150
3.4.1	Grundgedanken und Ziele der strategischen Analyse .....	150
3.4.2	Externe Analyse: Einschätzung der Chancen und Risiken der Umwelt .....	152
3.4.3	Interne Analyse: Einschätzung der Stärken und Schwächen des Unternehmens .....	161
Literatur	.....	171
<b>4</b>	<b>Organisation und Organisationsgestaltung</b> .....	175
4.1	Aufgaben und Ziele der Organisation .....	178
4.1.1	Rolle der Organisation im Rahmen der Unternehmensführung .....	178
4.1.2	Anforderungen an die Organisation .....	185
4.1.3	Gestaltungsparameter der Organisation .....	186
4.2	Idealtypen der Organisation .....	192
4.2.1	Funktionale Organisation .....	192
4.2.2	Divisionale Organisation .....	195
4.2.3	Matrixorganisation .....	200
4.2.4	Stab-Linien-Organisation als ergänzende Organisationsform .....	203
4.3	Aktuelle Spezialaspekte der Organisationsgestaltung .....	206
4.3.1	Prozessorganisation .....	207
4.3.2	Projektorganisation .....	211
4.3.3	Outsourcing und Offshoring als neue Organisationsformen der Leistungserstellung .....	218
Literatur	.....	221

<b>5 Personal und Führung</b>	223
5.1 Verhalten von Individuen	224
5.1.1 Individuelle Charakteristika als Bestimmungsfaktoren der Leistung in Unternehmen	225
5.1.2 Motivation in Unternehmen	235
5.1.3 Wahrnehmung und Entscheidungsfindung	255
5.2 Verhalten von Gruppen	263
5.2.1 Charakteristika von Gruppen	267
5.2.2 Prozesse in Gruppen	277
5.3 Führung von Individuen und Gruppen	303
5.3.1 Grundlagen der Führung im Unternehmen	305
5.3.2 Führungstheorien	308
5.3.3 Führungstechniken	329
5.4 Personalmanagement	335
5.4.1 Personalplanung	336
5.4.2 Personalbeschaffung und -freisetzung	337
5.4.3 Personaleinsatz	341
5.4.4 Personalentwicklung	343
5.4.5 Personalbeurteilung	357
5.4.6 Anreizsysteme	363
Literatur	374
<b>6 Controlling</b>	377
6.1 Aufgaben des Controlling	378
6.1.1 Gestaltung des Planungs- und Kontrollsysteams	380
6.1.2 Unterstützung und Koordination von strategischen und operativen Planungen	382
6.1.3 Eigenständige Durchführung der monetären Planung und Kontrolle	384
6.1.4 Informationsversorgung	389
6.2 Gestaltung des Controlling	391
6.2.1 Controllingfelder	392
6.2.2 Organisatorische Einbindung des Controlling	395
6.2.3 Gestaltung des Management-Informationssystems	396
6.3 Methoden und Instrumente des Controlling	398
6.3.1 Methoden und Instrumente des Kosten- und Erlöscontrolling	398
6.3.2 Methoden und Instrumente des Investitionscontrolling	404
6.3.3 Methoden und Instrumente des Finanzcontrolling	407
Literatur	411
<b>Sachverzeichnis</b>	413



<http://www.springer.com/978-3-662-46996-5>

Grundlagen der Unternehmensführung  
Einführung für Bachelorstudierende  
Hungenberg, H.; Wulf, T.  
2015, XVIII, 417 S. 136 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-662-46996-5