



Hausarbeitsthemen

**Studienschwerpunkt Unternehmensführung
Information für die Studierenden**

BW-BUF-H1-ST-000731

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS	2
1 EINLEITENDE BEMERKUNGEN	4
2 ÜBERBLICK ÜBER DIE INHALTE DES STUDIENSCHWERPUNKTES UNTERNEHMENSFÜHRUNG	5
2.1 MODUL 1: UNTERNEHMUNG UND MARKT	5
2.2 MODUL 2: PERSONAL	5
2.3 MODUL 3: INNOVATION UND QUALITÄT.....	5
2.4 MODUL 4: KOMMUNIKATION UND PROJEKTMANAGEMENT	6
3 ÜBERBLICK ÜBER DIE THEMENSTELLUNGEN	7
3.1 MODUL 1: UNTERNEHMUNG UND MARKT	7
THEMA 1.01: DIE INSOLVENZPROPHYLAXE BEI EXISTENZGRÜNDUNGEN AUS DER SICHT DER GRÜNDUNGSBERATUNG	7
THEMA 1.02: WISSENSMANAGEMENT IN VIRTUELLEN UNTERNEHMEN	7
THEMA 1.03: DIE ERFOLGSFAKTOREN BEIM AUFBAU VON VIRTUELLEN UNTERNEHMEN AUS SICHT MITTELSTÄNDISCHER UNTERNEHMEN	7
THEMA 1.04: KRITISCHE WÜRDIGUNG DES PORTFOLIO-ANSATZES IM RAHMEN DER STRATEGIEENTWICKLUNG	8
THEMA 1.05: ERMITTLUNG DER MÖGLICHEN STRATEGISCHEN OPTIONEN AUF BASIS EINER KONKURRENTENANALYSE.....	8
THEMA 1.06: UNTERSETZUNG DER GESAMTZIELSTELLUNG EINES UNTERNEHMENS BEI VORGEGEBENEN STRATEGISCHEN ZIELEN UND FESTLEGUNG DER VERANTWORTLICH- KEITEN UNTER BEACHTUNG EINES VORGEGEBENEN ORGANIGRAMMS	9
3.2 MODUL 2: PERSONAL	10
THEMA 2.01: PROBLEMATIK DES INTERNATIONALEN PERSONALEINSATZES VON HOCHQUALIFIZIERTEN FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEN MIT FAMILIEN	10
THEMA 2.02: FÜHRUNGSEFFIZIENZ DURCH PERSÖNLICHKEIT, MACHT UND AUTORITÄT IN UNTERSCHIEDLICHEN BETRIEBLICHEN SITUATIONEN	10
THEMA 2.03: CHANCEN UND GRENZEN BEIM EINSATZ DES ASSESSMENT CENTER BEI DER REKRUTIERUNG VON FÜHRUNGSKRÄFTEN	10
3.3 MODUL 3: INNOVATION UND QUALITÄT.....	11
THEMA 3.01: NORMATIVES MANAGEMENT ALS BASIS EINER ÖKOLOGIEORIENTIERTEN KOMMUNIKATIONSPOLITIK	11
THEMA 3.02: UNTERNEHMENSENTWICKLUNG DURCH QUALITÄTSMANAGEMENT NACH DIN ISO 9000 FF.	11
THEMA 3.03: DARSTELLUNG DER CHANCEN UND RISIKEN VON EINKAUFSPLATTFORMEN IM INTERNET.....	12
THEMA 3.04: ERARBEITUNG DES LASTEN- UND PFLICHTENHEFTES FÜR EIN ENTWICKLUNGS- BZW. WEITERENTWICKLUNGSPROJEKT	12
THEMA 3.05: ABLEITEN VON AUFGABENSTELLUNGEN FÜR KÜNFTIGE ENTWICKLUNGSAUFGABEN UNTER NUTZUNG VON KREATIVITÄTSTECHNIKEN	12
3.4 MODUL 4: KOMMUNIKATION UND PROJEKTMANAGEMENT	14
THEMA 4.01: WIDERSTÄNDE IM RAHMEN EINES ORGANISATIONSPROJEKTES	14

THEMA 4.02: INHALTE EINER EXPERTENDATENBANK ZUR AUFSPÜRUNG VON WISSEN IM UNTERNEHMEN AM BEISPIEL EINER SELBSTGEWÄHLTEN BRANCHE	14
THEMA 4.03: ÖKOLOGISCHES DESIGN ALS BESTANDTEIL DES PRODUKTDESIGNS	14
THEMA 4.04: DER ERFOLGSFAKTOR „REGIONALE VERNETZUNG VON UNTERNEHMEN“ .	15
THEMA 4.05: ENTSCHEIDUNGSFINDUNG ÜBER DIE MITGLIEDSCHAFT IN EINEM VERBAND DER GEWERBLICHEN WIRTSCHAFT	15

1 Einleitende Bemerkungen

In den Studienschwerpunkten sind als Prüfungsleistungen eine Klausurarbeit sowie eine Hausarbeit abzulegen. Diese bilden gemäß § 21 der Diplomprüfungsordnung die Abschlußprüfung im Studienschwerpunkt.

Neben der allgemein vorausgesetzten Kenntnis der Grundlagen des Studienschwerpunktes wird von Ihnen in den Hausarbeiten erwartet, daß Sie „die Zusammenhänge eines Faches zu erfassen verstehen, einen gründlichen Überblick über die wichtigen Fragen des Faches erworben haben und die Fähigkeit besitzen, aus dem Bereich der entsprechenden beruflichen Tätigkeitsfelder Probleme komplex darzustellen sowie Wissen und wissenschaftliche Methoden verknüpfend Lösungen zu entwickeln und zur Erbringung von Transferleistungen befähigt sind“ (§ 21 Diplomprüfungsordnung).

Frühestens am Ende des ersten Präsenzblocks, spätestens 14 Tage vor dem Ende des Semesters erklären Sie verbindlich, welches Thema sie bearbeiten wollen.

Im ersten Präsenzblock werden Sie informiert über

- die Themengebiete des Studienschwerpunktes und
- die einzelnen Hausarbeitsthemen, die Sie wählen können.

Ihre Lehrbeauftragten geben Ihnen eine **Vorstellung über die Inhalte des gesamten Studienschwerpunktes**. Wir möchten Sie darauf hinweisen, daß sich hier aber im fortschreitenden Studienbetrieb noch Änderungen ergeben können.

Zur Erstellung der Hausarbeiten ist es zwar dienlich, aber nicht notwendig, daß Sie die Studienbriefe des entsprechenden Moduls bereits im Selbst- und Präsenzstudium durchgearbeitet haben. Die Themen sind eigenständig und beziehen sich auf ein Modul, nicht aber auf die exakten Inhalte der Studienbriefe.

Da Sie sich innerhalb eines Moduls für eine konkrete Themenstellung entscheiden sollen, ohne jedoch bereits über fundierte Kenntnisse des Themas zu verfügen, erhalten Sie neben einem Überblick über die Hausarbeitsthemen Hinweise auf einführende Literatur sowie eine knappe Einführung in das Thema. Ihr Lehrbeauftragter, der das von Ihnen gewählte Modul betreut, wird Ihnen weitere Hinweise zur Bearbeitung Ihrer Themenstellung geben. Im Rahmen dieser individuellen Betreuung durch Ihren Lehrbeauftragten können Sie auftretende inhaltliche Probleme mit diesem klären, Schwerpunktsetzungen und weitere Themenstellungen absprechen.

2 Überblick über die Inhalte des Studienschwerpunktes Unternehmensführung

Der Studienschwerpunkt Unternehmensführung setzt sich aus den folgenden Themenschwerpunkten/Modulen zusammen:

1. **Unternehmung und Markt,**
2. **Personal,**
3. **Innovation und Qualität,**
4. **Kommunikation und Projektmanagement.**

Zur Unterstützung Ihrer Wahl für ein Thema erhalten Sie einen ersten Überblick über den Studienschwerpunkt. Ihre Lehrbeauftragten werden Sie im ersten Präsenzblock genauer informieren.

2.1 Modul 1: Unternehmung und Markt

Studienbriefe:

- 1.01: Unternehmensgründung
- 1.02: Unternehmensorganisation: Virtuelle Unternehmen als moderne Organisationsform
- 1.03: Controlling als Führungsinstrument
- 1.04: Planung im Unternehmen
- 1.05: Marktorientierte Unternehmensführung

2.2 Modul 2: Personal

Studienbriefe:

- 2.01: Personalmanagement II: Internationales Personalmanagement
- 2.02: Aufbau und Entwicklung von Führungskompetenz

2.3 Modul 3: Innovation und Qualität

Studienbriefe:

- 3.01: Qualitätsmanagement
- 3.02: Umweltmanagement
- 3.03: Informationsmanagement
- 3.04: Flexible Unternehmen/Managementmodelle
- 3.05: Innovationsmanagement I
- 3.06: Innovationsmanagement II
- 3.07: Kreativitätstechniken

2.4 Modul 4: Kommunikation und Projektmanagement

Studienbriefe:

4.01: Präsentation, Gespräch und Verhandlung

4.02: Netzplantechnik als Führungsinstrument

4.03: Design als strategischer Erfolgsfaktor

4.04: Zusammenwirken Unternehmen – Verbände – Behörden

3 Überblick über die Themenstellungen

3.1 Modul 1: Unternehmung und Markt

Thema 1.01:

Die Insolvenzprophylaxe bei Existenzgründungen aus der Sicht der Gründungsberatung

Aus Sicht einer externen Beratung sollen systematisch die Möglichkeiten aufgezeigt werden, das mögliche Fehlerpotential bereits vor der Existenzgründung zu erkennen und eine drohende Insolvenz im Ansatz abzuwenden.

Literatur: **Bartnik, Dorothea:** Existenzgründung, Von der Geschäftsidee zum sicheren Erfolg, Weltbild Verlag 1999

Teves, Nikolaus: Checkliste für Existenzgründer, Deutscher Sparkassenverlag, Stuttgart 1999

Studienbrief 1.01

Thema 1.02:

Wissensmanagement in virtuellen Unternehmen

Die Möglichkeiten des Aufbaus und des gezielten Einsatzes von Wissen im Rahmen der Problematik von virtuellen Unternehmensorganisationen soll diskutiert werden.

Literatur: **Allweyer, Thomas:** Modellbasiertes Wissensmanagement, in: Information Management, 1/98

Drucker, Peter F.: Wissen – die Trumpfkarte der entwickelten Länder, in: Harvard Business Manager, 4/98

Studienbrief 1.02

Thema 1.03:

Die Erfolgsfaktoren beim Aufbau von virtuellen Unternehmen aus Sicht mittelständischer Unternehmen

Aus Sicht mittelständischer Unternehmen soll systematisch erarbeitet werden, wovon der Erfolg einer virtuellen Kooperation abhängig ist und welche Chancen speziell in dieser Kooperationsform liegen.

Literatur: Wienand, Udo/Nathusius, Klaus: Unternehmensnetzwerk und virtuelle Organisation, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1998

Hale, Richard/Whitlam, Peter: Towards the Virtual Organization, McGraw-Hill Companies, London 1997

Mertens, P./Faisst, W.: Virtuelle Unternehmen, in: WiSt Heft 6, Juni 1996, S. 280

Studienbrief 1.02

Thema 1.04:

Kritische Würdigung des Portfolio-Ansatzes im Rahmen der Strategieentwicklung

Auf Basis aktueller Formen des Portfolio-Ansatzes sollen die möglichen strategischen Aussagen aus heutiger Sicht diskutiert werden. Begründen Sie, in welchen Phasen des Strategiebildungsprozesses dieses Instrument ihrer Meinung nach eingesetzt werden kann.

Literatur: Hamermesh, Richard G.: Die Grenzen der Portfolio-Planung, in: Harvard Business Manager, 9. Jg., 1987, S. 68-74

Mauthe, Karl Dieter/Roventa, Peter: Versionen der Portfolio-Analyse auf dem Prüfstand: Ein Ansatz zur Auswahl und Beurteilung strategischer Analysemethoden, in: ZFO, 51. Jg., Heft 4, 1982, S.191-204

Aeberhardt, Kurt: Strategische Analyse: Empfehlungen zum Vorgehen und zur sinnvollen Methodenkombination, Bern/Berlin/Frankfurt a.M./New York/Paris/Wien 1996

Studienbrief 1.03

Thema 1.05:

Ermittlung der möglichen strategischen Optionen auf Basis einer Konkurrentenanalyse

Erläutern Sie, welche grundsätzlichen Aussagen aus der Konkurrentenanalyse mit Hilfe von Scoringmodellen ermittelbar sind. Stellen Sie dar, welche Optionen daraus für die Strategieentwicklung möglich sind. Verdeutlichen sie die Ergebnisse anhand von Beispielen.

Literatur: Steinmann, Horst/Schreyögg, Georg: Management, Grundlagen der Unternehmensführung, 4. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1997

Staehe, Wolfgang: Management, 7. Auflage, Vahlen, München 1994

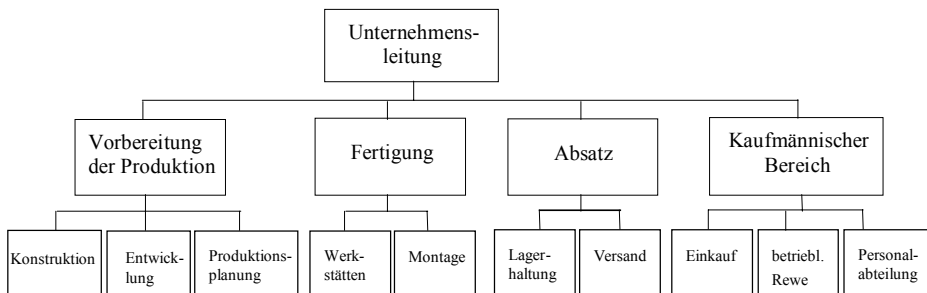
Studienbrief 1.03

Thema 1.06:

Untersetzung der Gesamtzielstellung eines Unternehmens bei vorgegebenen strategischen Zielen und Festlegung der Verantwortlichkeiten unter Beachtung eines vorgegebenen Organigramms

Erarbeiten Sie unter Beachtung der folgenden Prämissen und dem vorgegebenen Organigramm eine Zielhierarchie sowie ein operatives Handlungsprogramm:

- mittelständisches Unternehmen der Konsumgüterindustrie
- Wandlung des Verkäufermarktes zum Käufermarkt
- Ziele:
 - Erreichen der Marktführerschaft bei einem Hauptprodukt
 - Steigerung des Umsatzes
 - Senkung der Selbstkosten



Literatur: Adam, D.: Planung und Entscheidung, 4. Auflage, Verlag Dr. Th. Gabler mbH, Wiesbaden 1996

Amann, K.: Unternehmensführung, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart/Berlin/Köln 1995

Harting, D.: Führen mit strategischen Unternehmensplänen, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1992

Hahn, D.: Strategische Unternehmensplanung – strategische Unternehmensführung: Stand und Entwicklungstendenzen, 8. Auflage, Physika-Verlag, Heidelberg 1999

Studienbrief 1.04

3.2 Modul 2: Personal

Thema 2.01:

Problematik des internationalen Personaleinsatzes von hochqualifizierten Fach- und Führungskräften mit Familien

Beschreiben Sie die mit dem internationalen Einsatz verbundenen Problemstellungen für Mitarbeiter und die für das Unternehmen zu erwartenden Folgen, falls auf diese Problematik nicht qualifiziert eingegangen wird. Stellen Sie mögliche Lösungsansätze dar.

Literatur: Domsch, M./Lichtenberger, B.: Der internationale Personaleinsatz, in: von Rosenstiehl, L./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, 3. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart 1995

Steinmann, Horst/Schreyögg, Georg: Management, Grundlagen der Unternehmensführung, 4. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1997

Studienbrief 2.01

Thema 2.02:

Führungseffizienz durch Persönlichkeit, Macht und Autorität in unterschiedlichen betrieblichen Situationen

Diskutieren Sie unter dem Gesichtspunkt der Führungseffizienz die Einflußmöglichkeiten über Persönlichkeit, Macht und Autorität im Führungsalltag anhand von selbstgewählten Beispielen. Erläutern Sie dabei die Bedeutung von Schlüsselqualifikationen.

Literatur: Bröckermann, Reiner: Personalführung, Arbeitsbuch für Studium und Praxis, Wirtschaftsverlag Bachem, Köln 2000

Steinmann, Horst/Schreyögg, Georg : Management, Grundlagen der Unternehmensführung, 4. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1997

Thema 2.03:

Chancen und Grenzen beim Einsatz des Assessment Center bei der Rekrutierung von Führungskräften

Stellen Sie die Auswahlmethodik Assessment Center am Beispiel der Rekrutierung von Führungskräften dar. Neben den Chancen sollen besonders auch die Grenzen dieser Personalauswahlmethode verdeutlicht werden.

Literatur: Kleinemann, Martin: Assessment Center, Stand der Forschung, Konsequenz für die Praxis, Verlag für angewandte Psychologie, Göttingen 1997

Kompa, Ain: Assessment Center, Bestandsaufnahme und Kritik, Rainer Hampp Verlag, München 1995

3.3 Modul 3: Innovation und Qualität

Thema 3.01:

Normatives Management als Basis einer ökologieorientierten Kommunikationspolitik

Stellen Sie die Zielsetzungen und Grenzen des normativen Managements am Beispiel Umweltschutzmanagement dar und diskutieren Sie die Möglichkeiten, den Umweltschutz im normativen Management zu integrieren.

Literatur: Steinmann, Horst/Schreyögg, Georg: Management, Grundlagen der Unternehmensführung, 4. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1997

Kreikebaum, Hartmut: Integrierter Umweltschutz, Eine Herausforderung an das Innovationsmanagement, 2. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1991

Hopfenbeck, Waldemar/Roth, Peter: Öko-Kommunikation: Wege zu einer neuen Kommunikationskultur, Verlag Moderne Industrie, 1994

Studienbrief 3.02

Thema 3.02:

Unternehmensentwicklung durch Qualitätsmanagement nach DIN ISO 9000 ff.

Stellen Sie die wesentlichen Chancen und Risiken für personelle und strukturelle (organisatorische) Unternehmensentwicklung ausgehend von der Einführung des Qualitätsmanagements nach ISO 9000 ff. dar.

Literatur: Malorny, Christian: TQM umsetzen, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1999

Pfeifer, Tilo: Qualitätsmanagement, Strategien/Methoden/Techniken, Carl Hanser Verlag, München/Wien 1993

Studienbrief 3.01

Thema 3.03:

Darstellung der Chancen und Risiken von Einkaufsplattformen im Internet

Erläutern Sie die Funktionsweise von internetbasierten Einkaufsplattformen und diskutieren Sie die Auswirkungen auf die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit von Unternehmen.

Literatur: Harvard business manager (1999 –2000)

Zeitschrift für Organisation (1999- 2000)

Absatzwirtschaft (1999-2000)

Handelsblatt (2000)

Thema 3.04:

Erarbeitung des Lasten- und Pflichtenheftes für ein Entwicklungs- bzw. Weiterentwicklungsprojekt

Für ein anspruchsvolles Entwicklungs- bzw. Weiterentwicklungsprojekt nach eigener Wahl aus dem Bereich Dienstleistungswirtschaft sind zu erarbeiten:

1. Lastenheft
2. Pflichtenheft

Träger der Aufgabenstellung sei ein mittelständisches Unternehmen mit 150 Gesamtbeschäftigten. Erforderliche Annahmen sind realitätsorientiert und bei Erfordernis in Abstimmung mit dem Dozenten zu treffen.

Literatur: Bullinger, H.-J./Kugel, R./Ohlhausen, P./Stanke, A.: Integrierte Produktentwicklung, neueste Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden

Eversheim, W./ Schuh, G. (Hrsg.): Betriebshütte (Produktion und Management), neueste Auflage, Springer Verlag, Berlin/Heidelberg/New York

Koppelman, U.: Produktmarketing, neueste Auflage, Springer Verlag, Berlin/Heidelberg/New York

Thema 3.05:

Ableiten von Aufgabenstellungen für künftige Entwicklungsaufgaben unter Nutzung von Kreativitätstechniken

Die Anwendung von Kreativitätstechniken soll an *einer* der nachfolgenden Aufgaben demonstriert werden:

Aufgabenstellung 1:

Aus dem Handelsangebot sind Geräte und Kapseln zur Sodawasser- und Schlag-sahnezubereitung für Haushalte und Gastronomie bekannt. Eine Grundlage für diese Produkte ist die Verpackung von Gasen in kleinen Druckbehältern (Kapseln).

Unter Nutzung einer Kreativitätstechnik sind Ideen zur Erweiterung der Anwendungsmöglichkeiten kleiner Druckbehälter, bei gegebenenfalls modifiziertem Gasvolumen, für den Bereich Haushalt und Wirtschaft zu suchen. Die getroffene Auswahl der Kreativitätstechnik ist zu begründen.

Empfehlung:

1. Arbeitsschritt: Ermittlung bekannter Anwendungsfälle
2. Arbeitsschritt: Suche denkbarer neuer bzw. erweiterbarer Anwendungsfälle

Aufgabenstellung 2:

Aus dem Alltag ist bekannt, daß unterschiedliche Altersgruppen auch unterschiedliches Kauf- und Verbrauchsverhalten aufweisen können. Es werde unterstellt, daß „Seniorenläden“ für Verbrauchsgüter sinnvoll sind. Entwickeln Sie auf Grundlage einer derartigen Annahme die Grobstruktur der Sortimentierung eines derartigen Geschäftes. Wählen Sie hierzu eine Ihnen geeignet erscheinende Kreativitätstechnik und begründen Sie diese Entscheidung!

Aufgabenstellung 3:

Die Möglichkeiten zur Erweiterung des Funktionsinhaltes einer Armband-/ Taschenuhr sind unter Anwendung einer systematisch-analytischen Methode zu untersuchen.

Empfehlung: Aufgliederung des komplexen Sachverhaltes in Teilprobleme

1. Für welche Nutzergruppen sind welche derzeit bekannten Teilfunktionen interessant?
2. Welche neuen Funktionserfüllungen sind vorstellbar?

Literatur: Koppelman, U.: Produktmarketing, neueste Auflage, Springer Verlag, Berlin/Heidelberg/New York

Schlicksupp, H.: Ideenfindung, neueste Auflage, Vogel Buchverlag, Würzburg

Schlicksupp, H.: Kreativ-Workshop, neueste Auflage, Vogel Buchverlag, Würzburg

Schlicksupp, H.: Produktinnovation, neueste Auflage, Vogel Buchverlag, Würzburg

Higgins, J. M./Wiese, G. G.: Innovationsmanagement – Kreativitätstechniken für den unternehmerischen Erfolg, neueste Auflage, Springer Verlag, Berlin/Heidelberg/New York

3.4 Modul 4: Kommunikation und Projektmanagement

Thema 4.01:

Widerstände im Rahmen eines Organisationsprojektes

Bei Reorganisationen muß mit Widerständen gerechnet werden. Beschreiben Sie die Ursachen der Widerstände und wie sie im Rahmen der Projektsteuerung qualifiziert abgebaut werden können.

Literatur: Schmidt, Götz: Methode und Technik der Organisation, Verlag Dr. Götz Schmidt, Gießen 1997

Schreyögg, Georg: Organisation, Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 2. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1998

Thema 4.02:

Inhalte einer Expertendatenbank zur Aufspürung von Wissen im Unternehmen am Beispiel einer selbstgewählten Branche

Stellen Sie die grundsätzlichen Probleme dar, die bei der Ermittlung der Datenbankinhalte auftreten. Legen Sie dabei fest, nach welchen Kriterien Inhalte in die Datenbank aufgenommen werden oder nicht. Strukturieren Sie eine Beispieldatenbank.

Literatur: Probst G./Raub S./Romhardt K.: Wissen managen: Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, 2. Auflage, Wiesbaden 1998

Schreyögg, Georg : Organisation, Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 2. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1998

Studienbrief 3.03

Thema 4.03:

Ökologisches Design als Bestandteil des Produktdesigns

Definieren Sie ökologische Bestandteile am Produktdesign und stellen Sie die wesentlichen Kaufbarrieren bei „Öko-Produkten“ und Ansätze zu ihrer Überwindung dar.

Literatur: Hopfenbeck, Waldemar/Jasch, Christine: Öko-Design, Umweltorientierte Produktpolitik, Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech 1995

Macharzina, K.: Unternehmensführung, 2. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1995

Studienbrief 3.02, Studienbrief 4.03

Thema 4.04:

Der Erfolgsfaktor „regionale Vernetzung von Unternehmen“

Silicon Valley und Hollywood sind Beispiele für Gebiete, in denen Unternehmen einer bestimmten Branche oft sehr erfolgreich zusammenarbeiten. Analysieren Sie, wodurch Vorteile solcher Standortverbände entstehen, wo doch heute Informationen „realtime“ ortsunabhängig beschafft werden können.

Literatur: Porter, Michael: On Competition, Boston 1998

Harvard business manager (1998-2000)

ZFO, Zeitschrift für Organisation (1998–2000)

Thema 4.05:

Entscheidungsfindung über die Mitgliedschaft in einem Verband der gewerblichen Wirtschaft

Entsprechend dem Bedarf des Unternehmens sind die breit gefächerten und sehr unterschiedlichen Leistungsangebote der Verbände zu vergleichen und ihr Nutzen für das Unternehmen im Verhältnis zum Aufwand zu ermitteln. Dabei ist zu berücksichtigen, welche Leistungen bereits durch die gesetzliche Mitgliedschaft in den Kammern erreichbar sind und welche Leistung exklusiv durch den jeweiligen Verband erbracht werden.

Neben der Bewertung des Leistungsangebotes sind darüber hinaus auch Synergieeffekte aus der Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen in einem Verband sowie die Präsenz anderer Unternehmen der Branche in diesem Verband zu berücksichtigen. Im Ergebnis trifft das Unternehmen seine individuelle Entscheidung für oder gegen eine Mitgliedschaft in einem oder mehreren Verbänden.

Literatur: Voss, Rüdiger von: Verbände im Umbruch – Die Funktion von Verbänden in einer globalisierten Welt. Verbände-Report, 1. Jg., Ausgabe 2, 1997, S. 20-24

Scholz, Hans-Walter: Auswirkungen der europäischen Integration auf das deutsche Verbändesystem, Neinhaus Verlag AG, Stuttgart 1994

Krickhahn, Thomas: Die Verbände des wirtschaftlichen Mittelstands in Deutschland, Deutscher Universitätsverlag, 1995

Mann, Siegfried: Macht und Ohnmacht der Verbände, Nomos Verlagsgesellschaft mbH u. Co. KG, Karlsruhe 1994

Aktuelle Geschäftsberichte und Leistungsverzeichnisse von Verbänden