

Geleitwort

Die Strategische Planung gilt in der betriebswirtschaftlichen Wissenschaft als Kernelement des Strategischen Managements. Obwohl zum Teil gegensätzliche wissenschaftliche Auffassungen über die Durchführungsart der selbigen in der Praxis vorliegen, herrscht indes Einigkeit darüber, dass die Strategische Planung sich als ein Ablauf von sachlogischen aufeinander aufbauenden verschiedenen Planungsaktivitäten darstellen lässt, weswegen die Strategische Planung auch synonymisch als Strategieprozess bezeichnet wird.

Der Grund, weshalb der Strategieprozess in der betriebswirtschaftlichen Wissenschaft und vor allem in der Praxis eine besondere Aufmerksamkeit genießt, wird vor allem darin gesehen, dass er der Unternehmensleitung dazu verhilft, bei der Formulierung von an die Unternehmungsumwelt optimal angepassten Unternehmensstrategien analytisch und zielgerichtet vorzugehen, um dadurch die langfristige Überlebensfähigkeit der Unternehmung am Markt zu sichern.

Da nun aber die Qualität der zu planenden Unternehmensstrategie im Wesentlichen auch von der Art und Weise des Ablaufs bzw. der Ausgestaltung der einzelnen Planungsphasen durch die Strategieprozessbeteiligten abhängt, impliziert dies die naheliegende wissenschaftliche Hypothese, dass der Strategieprozess selbst zu einem potentiellen Wettbewerbsvorteil werden kann, sofern dieser in den Unternehmungen unterschiedlich durchgeführt wird.

Trotz der Offenkundigkeit dieser Annahme, ist dieser Ansatz jedoch von der Managementforschung bisher stark vernachlässigt worden.

Die Nichtbeachtung der Möglichkeit, aus der Gestaltung des Strategieprozesses selbst einen Wettbewerbsvorteil zu generieren, erscheint insofern auch als abwegig, da die dem Strategieprozess zugrunde liegende Rationalität und Logik nur einen sehr geringen Gestaltungsspielraum lässt, um effizienter gestaltet werden zu können. Zudem liefern die bisherigen vereinzelt Beiträge zu diesem speziellen Ansatz keine eindeutigen Erkenntnisse, worin auch die Ursache zu sehen ist, weshalb dieser Ansatz von der Managementforschung bislang stark ausgespart geblieben ist.

Um für mehr Klarheit hinsichtlich der Beantwortung dieser Forschungshypothese zu sorgen, versucht diese Arbeit auf quantitativem Wege einen fundierteren Beitrag zu diesem unzureichend bearbeiteten Forschungsgebiet zu leisten.

Infolgedessen werden Strategieprozesse von mehreren Unternehmungen in verschiedenen Ländern auf ihren Ablauf, Struktur und deren Effizienz mit dem Ziel untersucht, um hierdurch auf zwei grundlegende Forschungsfragen eine Antwort zu liefern:

Folglich soll zum einen geprüft werden, ob im internationalen Vergleich die Strategieprozesse von Unternehmungen sowohl in ihrem Ablauf, Struktur und zudem in ihrer Effizienz tatsächlich dem idealtypischen Verlauf in der Managementtheorie entsprechen. Im Falle von auftretenden Unterscheidungen zwischen den ermittelten Strategieprozessen, soll zudem untersucht werden, ob diese auch auf die Landeskultur der Strategieprozessbeteiligten zurückzuführen sind, um hierdurch den Einfluss der Strategieprozessbeteiligten auf die Effizienz von Strategieprozessen deutlicher werden zu lassen.

Somit trägt diese Arbeit entscheidend dazu bei, nicht nur grundlegende Erkenntnisse über die Strategieprozessdurchführungen von Unternehmungen in anderen Kulturen zu liefern, sondern auch, ob tatsächlich Effizienzunterschiede zwischen den Strategieprozessen existieren und somit die bis dato starke Vernachlässigung dieses Forschungsansatzes in der Managementforschung gerechtfertigt ist. Zusätzlich liefert diese Arbeit zugleich aber auch einen Beitrag zur Interkulturellen Managementforschung, da hier ebenfalls die Frage beantwortet wird, ob tatsächlich eine kulturunabhängige Nutzung von Managementtechniken in der Praxis vorliegt und damit den Anhängern der Universalisten widersprochen werden muss. Demgemäß kann auch zu Recht behauptet werden, dass die hier vorliegende Arbeit durchaus zur Erkenntnisgewinnung auf mehreren Forschungsgebieten mit beiträgt.

Univ.-Prof. Dr. Martin K. Welge

Dortmund, April 2011