

Kompetenzmanagement als Grundlage strategischer Wettbewerbsvorteile

von

Jürgen M. Mühlbacher

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN

Bibliothek

Ende

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	9
1.1. Forschungsfragen	11
1.2. Aufbau	13
2. Bourdieus Gesellschaftstheorie	15
2.1. Soziales Feld und sozialer Raum	17
2.1.1. Die Struktur des sozialen Raums	19
2.1.2. Das Feld der Macht-die „legale Herrschaft“	23
2.1.3. Interaktion innerhalb und zwischen sozialen Feldern	24
2.2. Unterschiedliche Kapitalsorten	28
2.2.1. Kapital und Habitus	32
2.2.2. Kapitaleinsatz als Kompetenz	35
2.2.3. Das Kapital des Managements	36
2.3. Reproduktion des sozialen Feldes	39
2.3.1. Der Einfluss des Schulsystems	41
2.3.2. Bildung und familiäre Herkunft	44
2.3.3. Titel und Stelle	46
2.3.4. Bildung und Arbeitsmarkt	48
2.4. Interventionstechniken: Allegorie und Analogie	49
2.4.1. Der Austausch von Geschenken	50
2.4.2. Intervention über die Sprache	53
2.4.2.1. Gruppen und ihre Sprecher	56
2.4.2.2. Sprachliche Reinterpretation und sozialer Wandel	59
2.5. Reproduktion und Entwicklung des sozialen Feldes „Management“	64
3. Kompetenz	70
3.1. Der historische Kompetenzbegriff	70
3.2. Der aktuelle Kompetenzbegriff	72
3.2.1. Begriffsabgrenzung	72
3.2.2. Begriffshierarchie: Eignung, Qualifikation, Kompetenz	77
3.3. Kompetenzklassen	79
3.4. Übersicht aktueller Kompetenzmodelle	85
3.4.1. „The Competent Manager“ nach Boyatzis (1982)	85
3.4.2. Zum Begriff der Kernkompetenzen nach Prahalad und Hamel (1990) sowie Leonard-Barton (1992)	96
3.4.3. Die Assessment Center-Bewegung	100

3.4.3.1.	Kompetenzmodelle und deren Entwicklung im Überblick.....	101
3.4.3.2.	Kritische Bewertung von Kompetenzlisten nach Woodruffe (1993) und Mansfield (1996)...	108
3.4.3.3.	Das Kompetenzmodell von Henderson, Anderson und Rick (1995).....	112
3.4.4.	Kompetenzwandel nach Bartlett und Goshal (1997).	114
3.4.5.	Kompetenz und Unternehmensstrategie nach McCall (1998).....	118
3.4.6.	Der Kompetenzatlas nach Heyse und Erpenbeck (2004)....	125
3.4.7.	Fazit zum Status quo.....	128
3.5.	Ableitung des Kategorienschemas.....	129
3.5.1.	Selbstdispositive Kompetenzen.....	131
3.5.2.	Fachlich-methodische Kompetenzen.....	134
3.5.3.	Sozial-kommunikative Kompetenzen.....	141
3.5.4.	Führungskompetenzen.....	144
3.5.5.	Personale Kompetenzen.....	146
3.6.	Fazit.....	148
4.	Wissensbasiertes Kompetenzmanagement	150
4.1.	Theories of the Firm.....	150
4.1.1.	Von der „Resource-based“ zur „Knowledge-based“ Theory of the Firm.....	152
4.1.2.	Die „Competence-based Perspective of the Firm“.....	156
4.1.2.1.	„The Compet'ency Scope“ nach Green (1999)....	157
4.1.2.2.	Kompetenz- und Karrieremanagement.....	159
4.1.2.3.	Kompetenz und komparativer Wettbewerbsvorteil.....	161
4.2.	Der Anpassungsbedarf im Human Resource Management...	166
4.3.	Wissen und Kompetenz.....	174
4.4.	Der Prozess des Kompetenzmanagements nach Probst et al. (2000).....	175
4.4.1.	Wissensmanagement als Basis.....	176
4.4.2.	Kompetenzmanagement.....	184
4.4.2.1.	Individuelle Managementkompetenz.....	185
4.4.2.2.	Organisationale Kompetenz.....	192
4.4.2.3.	Interorganisationale Kompetenz.....	200
5.	Qualitative Pilotstudie und quantitative Internetumfrage	207
•	5.1. Methodik und Ergebnisse der qualitativen Pilotstudie.....~	208
•	5.2. Methodik und Stichprobe der Internetumfrage.....	216

6. Analyse und Interpretation.....	221
6.1. Deskription der Ist-Situation.....	221
•6.2. Vergleich der Kompetenzklassen.....	228
6.3. Individuelles Kompetenzmanagement und Unternehmensstrategie.....	239
6.3.1. Porters Rollenaufteilung zwischen Top- und Mittelmanagement.....	240
6.3.1.1. Modellbildung nach Porter.....	241
6.3.1.2. Empirischer Test der Rollendifferenzierung nach Porter.....	243
6.3.1.3. Interpretation der empirischen Ergebnisse des Modelltests nach Porter.....	247
6.3.2. „Competing on the Edge“ nach Brown und Eisenhardt.....	248
6.3.2.1. Modellbildung nach Brown und Eisenhardt	250
6.3.2.2. Empirischer Test des „Competing on the Edge“-Modells.....	253
6.3.2.3. Interpretation der empirischen Ergebnisse des Modelltests nach Brown und Eisenhardt....	256
6.3.3. Das integrative Wachstumsmodell von Krogh und Cusumano.....	256
6.3.3.1. Modellierung des strategischen Wachstums- modells von Krogh und Cusumano.....	258
6.3.3.2. Empirischer Test des strategischen Wachs- tumsmodells nach Krogh und Cusumano.	260
6.3.3.3. Interpretation der empirischen Ergebnisse des Modelltests nach Krogh und Cusumano. . . .	263
6.3.4. Fazit zum Test der unterschiedlichen Strategiemodelle... Analyse der Differenzen zwischen Top- und Mittel- management und Ableitung des spezifischen Weiterbildungsbedarfs.....	266
Die Perspektive des Human Resource Managements.....	275
jgplusio.....	279
R ü c k.....	286
nang,A: Fragebogen der Interneterhebung	289
<i>msm</i> B: Übersicht aller Mittelwerte und Srdardabweichungen (SD).....	292
teiiawrverzeichnis.....	296
ällMorrverzeichnis.....	315