

## Kathrin M. Möslein

# Der Markt für Managementwissen

### Wissensgenerierung im Zusammenspiel von Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftspraxis

Gesellschaftlicher Wandel verursacht zunehmend Unsicherheit, und erfordert allorts Flexibilität. In diesen Zeiten gelten Wissen und Humankapital als erfolgskritische Ressourcen von Großunternehmen. Daher genießt insbesondere das Wissen des Managements als strategische Ressource Relevanz und stehen institutionalisierte Instrumente und Systeme zu dessen Generierung im Fokus. Kathrin M. Möslein folgt im Rahmen ihres Buches der wissenssoziologischen Hermeneutik und stellt bestehenden Theorien zum Managementwissen ihre selbst gesammelten empirisch-explorativen Erkenntnisse gegenüber. Aus dieser Gegenüberstellung leitet sie Ansätze für eine Neuausrichtung der Theorien sowie Handlungsempfehlungen für die praktische Neugestaltung von Systemen zur Generierung von Managementwissen ab.

Die Autorin zeigt in Teil I „Ausgangspunkte“ auf, dass in der Unternehmenstheorie – im Gegensatz zur Unternehmenspraxis – dem Managementwissen und insbesondere den Instrumenten seiner Generierung kaum Beachtung geschenkt wird. Sie leitet daraus den Bedarf für die folgende Untersuchung ab, bei der eben derartige Instrumente und Systeme zur Generierung von Führungs- und Managementwissen im Mittelpunkt stehen.

In Teil II „Grundbegriffe der Generierung von Managementwissen: Vorverständnis“ werden zunächst Definitionen und Abgrenzungen der zentralen Institutionen im Markt für Managementwissen gegeben. Während die Forschung vor allem am Wissen über das Management und Berater am Wissen für das Management interessiert sind, benötigt die Unternehmenspraxis vor allem die Generierung von Managementwissen. Aufbauend auf einer umfassenden Literaturlarbeit erfolgt eine Eingliederung von Managementwissen nach verschiedenen Theorieperspektiven. Es werden dabei zunächst verschiedene Rationalitätsansichten und deren Eignung zur Erklärung im Umgang mit Managementwissen aufgezeigt. Für die weitere Betrachtung ist vor allem die Perspektive der adaptiven Rationalität (d.h. Organisationsmitglieder haben Wissenslücken, aber man konzentriert sich dem ressourcenbasierten Ansatz folgend vor allem auf ihre vorhandenen Kompetenzen und Fähigkeiten) im Zusammenspiel mit beschränkter und intersubjektiver Rationalität geeignet.

Basierend auf Interviews mit Vertretern aus 37 global agierenden Großunternehmen bietet Teil III „Managementwissen im Unternehmen: Exploration“ eine empirische Untersuchung der im vorherigen Teil dargestellten Theorien. Dabei steht nicht die Überprüfung von Hypothesen im Vordergrund, sondern werden Handlungs- und Entscheidungsmuster der Managementpraxis aufgedeckt. Sowohl das bereitstehende Instrumentarium als auch dessen Anwendungsmöglichkeiten werden in Abhängigkeit davon aufgezeigt, welche Bereiche eines Unternehmens sich im Rahmen der Führung dem Generieren von Managementwissen annehmen. Der entwickelte Un-



Kathrin M. Möslein

**Der Markt für Managementwissen**  
Wissensgenerierung im Zusammenspiel von  
Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftspraxis

Deutscher Universitäts-Verlag 2005, 381 Seiten,  
59,90 Euro, ISBN 3-8244-8341-6

#### Message

**Um durch Führungssysteme nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu schaffen, muss Managementwissen als strategische Ressource behandelt werden.**

#### Zielgruppe

**Visionäre, die gezielt Managementwissen generieren und somit Mehrwert in und für Großunternehmen schaffen möchten.**

Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A. ist Direktorin des Seminars für Allgemeine BWL und Medienmanagement der Universität zu Köln.

Dipl.-Vw. Stefan Radtke war Doktorand am Seminar für Allgemeine BWL und Medienmanagement der Universität zu Köln.

# Wissenschaftsmanagement

ZEITSCHRIFT FÜR INNOVATION

## Impressum

### Geschäftsführende Herausgeber

Prof. Dr. Péter Horváth,  
IPRI International Performance Research Institute gGmbH  
und Universität Stuttgart

Dr. Markus Lemmens,  
Lemmens Verlags- & Mediengesellschaft mbH, Bonn

Prof. Dr. Detlef Müller-Böling,  
Centrum für Hochschulentwicklung, Gütersloh

Dr. Johannes Neyses, Universität zu Köln

Prof. Dr. Frank Ziegele, Centrum für Hochschulentwicklung,  
Gütersloh, und Fachhochschule Osnabrück

### Herausgeberbeirat

Prof. Dr. Jürgen Blum,  
Zentrum für Wissenschaftsmanagement e.V., Speyer

Prof. Dr. Hans-Jörg Bullinger,  
Fraunhofer-Gesellschaft, München

Prof. Dr. Cornelius Herstatt,  
Technische Universität Hamburg-Harburg

Prof. Dr. Karl Heinrich Oppenländer

Prof. Dr. Werner Popp, Institut für internationales Innovations-  
management, Universität Bern

Prof. Dr. Hanns H. Seidler,  
Technische Universität Darmstadt

Dr. Horst Soboll, Union des Industries de la Communauté  
Européenne (UNICE)

Prof. Dr.-Ing. Hartmut Weule, Institut für Werkzeugmaschinen  
und Betriebstechnik, Universität Karlsruhe

### Chefredakteur

Dr. Felix Grütznert (gruetznert@lemmens.de)

### Redaktion Stuttgart

Dipl.-Kfm. techn. Martin Stirzel  
IPRI International Performance Research Institute gGmbH  
Rotebühlstraße 121  
70178 Stuttgart  
Telefon: + 49 (0)7 11/6 20 32 68-886  
E-Mail: mstirzel@ipri-institute.com

### Verlag und Anzeigen

Lemmens Verlags- & Mediengesellschaft mbH  
Matthias-Grünwald-Str. 1-3, 53175 Bonn  
Telefon: +49 (0)2 28/4-21-37-0  
Telefax: +49 (0)2 28/4-21-37-29  
E-Mail: info@lemmens.de  
Internet: www.lemmens.de

### Bezugsbedingungen:

Jahresabonnement (6 Ausgaben) € 107,00 inkl. MwSt.  
zzgl. Versandkosten (Inland € 9,75; Ausland € 13,00)  
Einzelheft € 18,50 inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten  
(Inland € 1,35; Ausland € 3,50)

Erscheinungsweise zweimonatlich; Bestellungen über Buchhandel  
oder Verlag; Anzeigenpreisliste Nr. 8 (2005); Inhalte sind urheber-  
rechtlich geschützt. Das Abonnement kann mit einer dreimonatli-  
gen Frist jeweils zum Jahresende gekündigt werden.

**Herstellung** Courir-Druck GmbH, Bonn  
ISSN 0947-9546

tersuchungsrahmen betrachtet Interaktionsprozesse, Messsystem, Anreizsystem, -auswahl- und dessen Entwicklungssystem. Evaluierungskriterien werden sowohl für die vier Komponenten als auch für das Gesamtsystem entwickelt und jeweils auf die Auswertungs- und Evaluierungsergebnisse der untersuchten 37 Unternehmen angewandt.

Dabei zeigt sich zum einen, dass Unternehmen mit der richtigen Instrumentenzusammenstellung Erfolge erreichen können, und zum anderen, dass die Anwendung von Instrumenten an ihre Grenzen stößt, vor allem wenn sich die Instrumente in ihrer Effizienz gegenseitig behindern.

Schließlich bietet Kapitel III eine Pilotstudie bei der Siemens AG in enger Zusammenarbeit mit deren Personalabteilung Ziel ist die Konvergenz und Vereinheitlichung – anstatt der herrschenden Heterogenität – der weltweit eingesetzten Instrumente zur Generierung von Managementwissen und entsprechender Führungsentwicklung. Es zeigt sich, dass die Generierung von Managementwissen nur dann zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen führen kann, wenn Managementwissen im Sinne des ressourcenbasierten Ansatzes als strategische Ressource interpretiert wird.

In Teil IV „Managementwissen im Wandel: Reflexion“ folgt eine eingehende Diskussion der empirischen Befunde.

Für die Wissenschaft schließt das Buch wesentliche, aufgezeigte Theorielücken im Bereich der Generierung von Managementwissen und zeigt wichtige Pfade für die Forschung zum Managementwissen und entsprechenden Führungssystemen auf.

Praktikern in Unternehmen und Institutionen bietet das Werk mannigfaltige Anregungen zur Gestaltung von Systemen zur effizienten Generierung von Managementwissen. Es empfiehlt dabei innovationsförderliche Systeme, abgelöst von administrativer Personalpolitik, die kommunikative Vernetzung und grenzüberschreitende Koproduktionen von Managementwissen fördern.

Insgesamt bietet das Buch mit seiner sehr umfassenden theoretischen Fundierung und seinen aus der Praxis gesammelten Erkenntnissen ein breites Spektrum an Erkenntnissen zur Generierung und Nutzung von Managementwissen und sensibilisiert den Leser für eine ganzheitliche Angewandtheit bei der Generierung von Managementwissen.

Claudia Loebbecke und Stefan Radtke