

Dominik van Aaken/Clemens Koob/Katja Rost/David Seidl*

Ausgestaltung und Erfolg von Strategieworkshops: eine empirische Analyse**

Zusammenfassung

Strategieworkshops sind im Unternehmensalltag weit verbreitet, ihre Durchführung ist mit hohen Kosten und einem beträchtlichen Zeitaufwand verbunden. Dennoch wurden sie von den Managementwissenschaften als Forschungsgegenstand bisher weitgehend vernachlässigt. Mit der hier vorgestellten Studie liegen zum ersten Mal quantitativ-empirische Ergebnisse dazu vor, wie sich unterschiedliche Ausgestaltungen von Strategieworkshops auswirken. Auf Basis einer branchenübergreifenden Umfrage unter 639 Führungskräften deutscher Unternehmen werden verschiedene Faktoren identifiziert, die den Erfolg von Strategieworkshops beeinflussen.

JEL-Classification: M10.

Keywords: Strategy as Practice; Strategieentwicklung; Strategieprozess; Strategieumsetzung; Strategieworkshops.
Strategy as Practice; Strategy Development; Strategy Implementation; Strategy Workshops.

Zugang zum vollständigen Beitrag:
http://www.zfbf.de/volltext_db.html

* Dr. *Dominik van Aaken*, Institut für Produktionswirtschaft und Controlling, Ludwig-Maximilians-Universität München, Ludwigstr. 28, 80539 München. Prof. Dr. *Clemens Koob*, Professor für Marktforschung, Marketing und strategische Unternehmensführung, Hochschule für angewandtes Management Erding, zugleich Managing Director der Strategieberatung zehnvier, Asylstrasse 64/Römerschloss, CH-8032 Zürich. Prof. Dr. *Katja Rost*, Inhaberin des Lehrstuhls für Soziologie an der Universität Zürich, Andreasstr. 15, CH-8050 Zürich. Prof. *David Seidl*, Phd, Inhaber des Lehrstuhls für Organisation und Management an der Universität Zürich, Universitätsstraße 84, CH-8006 Zürich.

** Diese Studie ist Teil eines vom Schweizerischen Nationalfonds (SNF) unterstützten Forschungsprojekts zum Thema „The Role of Meetings in Strategy Process“ (Nr. 130338). Die Autoren danken zwei anonymen Gutachtern für wertvolle Hinweise.