



**LEUPHANA**  
UNIVERSITY OF LÜNEBURG

Projektantrag für die Masterarbeit  
im Fach Strategisches Management

THEMA:

„Unternehmensberatungen aus institutionalistischer Sicht: Strategien  
zur Entwicklung und Erhaltung institutionellen Kapitals“

Betreuer:

Name:  
Semesterzahl:  
Matrikel-Nummer:  
Anschrift:

Telefonnummer:  
Email-Adresse:

Datum

## **„Unternehmensberatungen aus institutionalistischer Sicht: Strategien zur Entwicklung und Erhaltung institutionellen Kapitals“<sup>\*)</sup>**

### **Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit**

Die Beratungsbranche hat neben ihrer hohen Relevanz im wirtschaftlichen Sektor auch einen umfangreichen Bedeutungszugewinn in der Gesamtgesellschaft erfahren. Einige Beobachter sehen in den Beratungsunternehmen bereits eine neue „Reflexionselite“ (Deutschmann, 1993), die ihren Ruf als Verbreiter rational anerkannter Konzepte zur Unternehmensführung institutionell etabliert haben. So ist es nicht verwunderlich, dass von der „Berater Republik“ (Niejahr & Bittner, 2004) gesprochen wird, in der Manager auf externes Expertenwissen zumindest temporär angewiesen sind, um unternehmerischen Erfolg erzielen zu können. Dieser Bedeutungszuwachs ist umso erstaunlicher, als im Gegensatz zu den Leistungen anderer professioneller Dienstleister wie z.B. denen von Wirtschaftsprüfern und Rechtsanwälten die Inanspruchnahme der Leistungen von Unternehmensberatungen nicht verpflichtend für eine Klientenorganisation ist (Faust, 1998: 149; Wimmer, 1992: 59). Die Beratungsbranche ist also in der Vergangenheit offenbar in der Lage gewesen, die Wertesysteme ihrer Klienten dahingehend zu beeinflussen, dass die Dienstleistung zu einer Selbstverständlichkeit und nicht mehr hinterfragten Gegebenheit wurde (Ernst & Kieser, 2002b). Neben der Lösung konkreter Managementprobleme dient der Einsatz von Unternehmensberatungen dazu, Anspruchsgruppen zu signalisieren, dass fortschrittliche und als rational anerkannte Konzepte zur Unternehmensführung (*best practices*) Anwendung finden. Auf der symbolischen Ebene ist die Unternehmensleitung deshalb daran interessiert, fortschrittliches Wissen, aktuelle Technologien, Prozesse und Managementmethoden für die Unternehmensführungsaufgabe einzusetzen, um die Legitimität ihrer eigenen Handlungen zu sichern (Alvesson, 1993). Anspruchsgruppen sehen ihre Erwartung hinsichtlich guter Unternehmensführung erfüllt. Diese Legitimierungsfunktion ist in der Literatur als ein Grund für den Einsatz von Unternehmensberatungen diskutiert worden (Ernst & Kieser, 2002a: 61 ff.; Ernst & Kieser, 2002b: 53 ff.).

Phänomene wie die Imitation von *best practice*, Legitimierung bzw. Legitimität und kollektive Vorstellungen über effiziente Unternehmensführung stellen auch zentrale Begriffe in

---

<sup>\*)</sup> Die Problemstellung ist aus folgendem Beitrag entnommen: Reihlen, Markus; Veit, Andreas „Unternehmensberatungen aus institutionalistischer Sicht: Strategien zum Aufbau und Erhalt institutionellen Kapitals“, in: Internationalisierung professioneller Dienstleistungsunternehmen, hrsg. v. Reihlen, Markus; Rohde, Annette, Köln: Kölner Wissenschaftsverlag, 2006, S. 49-82.

den neo-institutionalistischen Ansätzen der Organisationstheorie dar, deren Vertreter davon ausgehen, dass nicht notwendigerweise Effizienz- oder Rationalitätsüberlegungen die Grundlage organisationalen Handelns sind, sondern dass sich Organisationen in ihrem Handeln an institutionalisierten Erwartungen ihrer Anspruchsgruppen und Umwelt orientieren (siehe dazu Oliver, 1991, 1997; Scott, 2001; Walgenbach, 2002). Institutionen in diesem Sinne sind kognitive, normative und regulative Strukturen und Aktivitäten, die sozialem Verhalten Stabilität und Bedeutung verleihen (Meyer & Rowan, 1977: 340 f.; Scott, 2001: 48). Durch die Konformität ihrer Strukturen und Prozesse mit institutionalisierten Erwartungen und sog. Rationalitätsmythen kann eine Organisation Legitimität erreichen, Ressourcenzuflüsse sichern, Sanktionen vermeiden und damit ihr Überleben sicherstellen (Meyer et al., 1977: 353).

Trotz des skizzierten Erklärungspotenzials wird die Analyse des Beratungsphänomens in der Literatur bisher nur in vereinzelt Fällen systematisch mit Hilfe institutionalistischer Argumente und eher nur in Teilaspekten durchgeführt. Einerseits werden Unternehmensberatungen vor allem in der Diskussion über Wissensdiffusion und Managementmoden (Abrahamson, 1996; Kieser, 1997; Suddaby & Greenwood, 2001) als Akteure gesehen, die im Vergleich zu anderen Organisationen besondere Fähigkeiten bei der aktiven Gestaltung und Beeinflussung institutioneller Strukturen besitzen und erscheinen daher *als Subjekte in institutionalistischen Prozessen*. So werden beispielsweise Unternehmensberatungen als „bewegliche Marktakteure und Neuerer“ (Faust, 2002: 45) betrachtet, die durch Kritik an alten Normen und an altem Wissen neuen Konzepten zu Markterfolg verhelfen wollen. Ähnlich argumentieren Ernst und Kieser (2002a; 2002b), die Unternehmensberatungen eine überaus dominante Rolle und große Autonomie bei der Wissensdiffusion zuschreiben, die sie letztlich in die Lage versetzen, die Nachfrage nach ihrer Dienstleistung nachhaltig zu steigern. Dabei wird der Erfindung und Verbreitung von Managementmoden eine besondere Bedeutung zugeschrieben, die neben akademischen „Gurus“ und „heldenhaften Managern“ vor allem von den prominenten internationalen Unternehmensberatungen sowie den großen Prüfungs- und Beratungskonglomeraten (die *Big Four*) kreiert werden (Suddaby et al., 2001). Die großen Beratungsunternehmen sind häufig bestrebt, sich als *thought leader* zu etablieren und den Managementdiskurs sowie den Markt für Managementwissen zu beeinflussen, um die Nachfrage nach ihren eigenen Beratungskonzepten zu schaffen.

Andererseits werden *Unternehmensberatungen als Objekte* und wie jede andere Organisation als institutionalistischen Zwängen ausgesetzt angesehen, die in Arenen und Netzwerke und somit in institutionelle Umwelten eingebettet sind. Durch Konformität mit Institutionen erreichen Unternehmensberatungen Prestige, Stabilität, Legitimität, Unterstützung, Res-

sourcenzugang und Akzeptanz bei der „Profession“ und den Klienten (Oliver, 1991: 150). So führt Faust (2002) in historisch komparativer Perspektive zur Erklärung der differenzierten Entwicklung der Beratungsbranche beispielsweise aus, dass aufgrund unterschiedlicher Institutionenbündel die Unternehmensberatung in Deutschland erst in den 1970er Jahren an Wachstumsdynamik gewann, während sie in den USA schon deutlich länger bedeutsam war. Dies führt er auf die Tatsache zurück, dass die Funktion der Wissensintermediation und des interorganisatorischen Austausches, die von Unternehmensberatungen wahrgenommen werden, in Deutschland traditionell auch von Arenen und Netzwerken aus Wirtschaftsverbänden und anderen Einrichtungen im Rahmen eines koordinierten Kapitalismus erfüllt wurde, die beispielsweise in den USA mit einem marktorientierten Modell geringere Bedeutung hatten.

Für die Entwicklung einer neo-institutionalistischen Theorie der Unternehmensberatung sind sowohl die Objekt- als auch die Subjektsichtweise zu integrieren. Vor diesem Hintergrund behandelt der vorliegende Beitrag die Frage, welche Strategien von Unternehmensberatungen als *institutional entrepreneurs* zum Einsatz gebracht werden können, um institutionelles Kapital mit dem Ziel zu entwickeln, ein günstiges, auf Wachstum ausgelegtes Geschäftsmilieu zu schaffen. Dabei verfügt eine Organisation über institutionelles Kapital i. S. Olivers (1997), wenn ihr institutioneller Kontext v. a. die Akquisition solcher wertvoller, knapper, schwer kopierbarer und organisatorisch umsetzbarer Ressourcen ermöglicht, durch deren Existenz und Nutzung Wettbewerbsvorteile geschaffen werden können.

Aufgrund dieser Anknüpfungspunkte scheinen die neo-institutionalistischen Ansätze auch ein großes Erklärungspotenzial für das Beratungsphänomen zu besitzen, welches in der Literatur jedoch bisher nur unzureichend ausgeschöpft ist. Vor diesem Hintergrund ist es die *Zielsetzung* der vorliegenden Arbeit, eine neo-institutionalistische Perspektive auf Unternehmensberatungen zu entwickeln und dafür

- 1) die theoretischen Grundlagen und eine Charakterisierung der Unternehmensberatungsleistung und der neo-institutionalistischen Ansätze sowie deren Beziehung zu erarbeiten.
- 2) eine Analyse der Literaturbeiträge zu diesem Themenkreis durchzuführen.
- 3) unter Rückgriff auf dabei evtl. festgestellte Defizite und unter Anwendung neuerer neo-institutionalistischer Ansätze einen eigenen Beitrag zur Synthese und Klärung des Phänomens ‚Unternehmensberatung‘ aus institutionalistischer Sicht zu leisten.

## Vorgehensweise und Forschungsmethodik

### Grobgliederung

- 1 EINLEITUNG
- 2 GEGENSTANDSBEREICH UND KONZEPTIONELLE GRUNDLAGEN
  - 2.1 Erfahrungsobjekt Unternehmensberatung
  - 2.2 Theoretischer Bezugsrahmen: Institutionalistische Ansätze in der Organisationstheorie
  - 2.3 Das Erklärungspotenzial institutionalistischer Ansätze für das Unternehmensberatungsphänomen
- 3 STAND DER FORSCHUNG
  - 3.1 Managementwissen und Managementmoden
  - 3.2 Komplementäre Beiträge
  - 3.3 Fazit
- 4 INSTITUTIONELLES KAPITAL
  - 4.1 Vorüberlegungen
  - 4.2 Konzeptionelle Grundlagen
  - 4.3 Unternehmensberatungen als Manager des institutionellen Kontextes
  - 4.4 Fazit und kritische Würdigung
- 5 SCHLUSSBETRACHTUNG

### Forschungsmethodik

- Theoretisch-konzeptionelle Arbeit

#### *Anmerkung:*

Alternativ kann es sich auch um eine *empirische Arbeit* handeln, die z.B. auf einer breit angelegten Unternehmensbefragung oder einer Fallstudie basiert. Hier sollten Sie erste Überlegungen zum empirischen Forschungsdesign anstellen, d.h.,

- welche Datenquellen möchten Sie verwenden und wie sollen diese Daten erhoben werden?
- wie und mit welcher Untersuchungsmethode möchten Sie die Daten im Hinblick auf Ihre Forschungsfrage analysieren?

## Literaturverzeichnis

### Anmerkung:

Achten Sie bitte darauf, dass Sie in Ihrem Projektantrag auf die wissenschaftlichen Kernquellen zu Ihrem Thema eingehen. Dazu zählen i.d.R. Primärquellen und keine Lehrbücher. Ferner sollten Sie die internationale Diskussion in den für Ihr Thema relevanten Fachzeitschriften zur Kenntnis genommen haben. Wertvolle Links dazu finden Sie auf unserer Homepage.

- Abrahamson, E. 1996. Management fashion. *Academy of Management Review*, 21(1): 254-285.
- Alvesson, M. 1993. Organizations as rhetoric: Knowledge-intensive firms and the struggle with ambiguity. *Journal of Management Studies*, 30(6): 997-1022.
- Deutschmann, C. 1993. Untermehmensberater - eine neue Reflexionselite? In W. Müller-Jentsch (Ed.), *Profitable Ethik-effiziente Kultur. Neue Sinnstiftung durch das Management*: 57-82. München und Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Ernst, B., & Kieser, A. 2002a. In Search of Explanation for the Consulting Explosion. In K. Sahlin-Andersson, & L. Engwall (Eds.), *The Expansion of Management Knowledge: Carriers, Flows, and Sources*: 47-73. Stanford: Stanford University Press.
- Ernst, B., & Kieser, A. 2002b. Versuch, das unglaubliche Wachstum des Beratungsmarktes zu erklären. In R. Schmidt, H.-J. Gergs, & M. Pohlmann (Eds.), *Managementsoziologie. Themen, Desiderate, Perspektiven*: 56-85. München und Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Faust, M. 1998. Die Selbstverständlichkeit der Unternehmensberatung. In J. Howaldt, & R. Kopp (Eds.), *Sozialwissenschaftliche Organisationsberatung*: 147-181. Berlin: Sigma.
- Faust, M. 2002. Warum boomt die Managementberatung - und warum nicht zu allen Zeiten und überall? In R. Schmidt, H.-J. Gergs, & M. Pohlmann (Eds.), *Managementsoziologie - Themen, Desiderate, Perspektiven*: 19-55. München und Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Kieser, A. 1997. Rhetoric and myth in management fashion. *Organization*, 4: 49-74.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. 1977. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2): 340-363.
- Niejahr, E., & Bittner, J. 2004. Die Berater Republik. *Die Zeit*, 9: 9.
- Oliver, C. 1991. Strategic Responses to Institutional Processes. *Academy of Management Review*, 15(1): 145-179.
- Oliver, C. 1997. Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based Views. *Strategic Management Journal*, 18(9): 697-713.
- Scott, W. R. 2001. *Institutions and Organizations* (Second Edition ed.). Thousand Oaks [et al.]: Sage.
- Suddaby, R., & Greenwood, R. 2001. Colonizing knowledge: Commodification as a dynamic of jurisdictional expansion in professional. *Human Relations*, 54(7): 933-953.
- Walgenbach, P. 2002. Neoinstitutionalistische Organisationstheorie - State of the Art und Entwicklungslinien. In G. Schreyögg, & P. Conrad (Eds.), *Managementforschung 12 - Theorien des Managements*: 155-202. Wiesbaden: Gabler.
- Wimmer, R. 1992. Was kann Beratung leisten? Zum Interventionsrepertoire und Interventionsverständnis der systemischen Organisationsberatung. In R. Wimmer (Ed.), *Organisationsberatung: Neue Wege und Konzepte*: 59-111. Wiesbaden: Gabler.