

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	15
Tabellenverzeichnis.....	17
Abkürzungsverzeichnis.....	19
1 Einleitung: Management im Lock-in und die Wahrnehmung des strategischen Handlungsspielraumes.....	21
2 Theoretische Grundlagen: Minimaler Handlungsspielraum im strategischen Lock-in...25	
2.1 Von ineffizienten Technologien zur strategischen Herausforderung: Eine kurze Theoriegeschichte.....	25
2.1.1 Im Ursprung: Pfade als ökonomisches Problem.....	25
2.1.2 Pfade als Gegenstand der Organisations- und Strategieforschung	32
2.1.3 Komplexität der Umwelt und die Freiheit der strategischen Wahl: Pfadabhängigkeit als Managementproblem.....	38
2.2 Alternativen im Lock-in? Strategischer Handlungsspielraum als organisationale Konstruktionsleistung.....	41
2.2.1 Einführendes zur organisationalen Subjektivität des Handlungsspielraumes.....	41
2.2.2 Wahrnehmung strategischer Alternativen: Organisationale Kognition zur Konstruktion der Umwelt	43
2.2.3 Bewertung strategischer Alternativen: Normen und Identität von und in Organisationen	46
2.2.4 (Nicht) können, (nicht) erkennen, (nicht) wollen: Formen der Pfadabhängigkeit.....	48
2.3 Veränderungsnotwendigkeit und kontrafaktische Stabilität: Rationalität und Irrationalität strategischer Pfade.....	55
2.3.1 Zur Rationalität von Organisationen	56
2.3.2 Intentionalität und Emergenz: Zum Prozess der Pfadentwicklung.....	59
2.3.3 Der Rationality Shift	63
2.4 Zusammenfassung der Forschungsfrage.....	67

3	Methode und Daten	69
3.1	Allgemeine Anforderungen an die Analyse strategischer Pfade.....	69
3.2	Analyse der Wahrnehmung des strategischen Handlungsspielraumes: Ein 2-Stufenmodell.....	70
3.3	Untersuchungsdesign: Qualitative Fallstudie über die verlegerische Entwicklung deutscher Qualitätstageszeitungen seit 2001	74
3.3.1	Ausgangspunkt zur Fallauswahl: Die Krise deutscher Tageszeitungen.....	75
3.3.2	Fallauswahl: Die verlegerische Entwicklung deutscher Qualitätstageszeitungen seit 2001	76
3.3.3	Einordnung des Fallstudiendesigns	79
3.3.4	Daten.....	82
4	Analytische Vorarbeit: Fälle, Pfad und Rationality Shift.....	89
4.1	Fünf Zeitungen im organisationalen Kontext: Kurzbeschreibungen.....	89
4.1.1	Fall 1: Frankfurter Allgemeine Zeitung	90
4.1.2	Fall 2: Süddeutsche Zeitung	93
4.1.3	Fall 3: DIE WELT	96
4.1.4	Fall 4: Frankfurter Rundschau	100
4.1.5	„Kontroll-“ Fall: die tageszeitung (taz).....	103
4.2	Pfadnachweis.....	107
4.2.1	Das Modell der Tageszeitung: Ein traditioneller Erfolgspfad	107
4.2.2	Pfadunabhängigkeit als initialer Wettbewerbsnachteil: Der Fall der taz.....	113
4.3	Identifikation des Rationality Shifts.....	115
4.4	Von positiv zu negativ: Zum (De-)Stabilisationsmechanismus.....	117
5	Analyse Teil I: Strategisches Handeln im Lock-in.....	123
5.1	Innovationen oder Stabilität? Wie Verlage auf die Krise reagierten: Strategische Entwicklungen und Entscheidungen seit 2001	123
5.1.1	Frankfurter Allgemeine Zeitung	125
5.1.2	Süddeutsche Zeitung	129
5.1.3	DIE WELT	135
5.1.4	Frankfurter Rundschau	142
5.1.5	Zusammenfassung und Kategorisierung der Entscheidungen	146
5.2	Pfادهffizienz vor Pfadbruch: Kompensation negativer Selbstverstärkung	150
5.3	Zwischenfazit: Inflexibilität durch Kompensation.....	156

6	Analyse Teil II: Organisationale Subjektivität und Invisibilisierung – Die Wahrnehmung des strategischen Handlungsspielraumes.....	159
6.1	Die Beobachterperspektive: Potenzielle Alternative(n)? Was es bedeuten würde, den verlegerischen Pfad zu brechen.....	160
6.2	Rekonstruktion der Binnenperspektive: Strategische Basisannahmen und (nicht-) potenzieller Handlungsspielraum.....	163
6.2.1	Thema 1: Die Krise, deren Ursachen und Fehler der Branche	164
6.2.2	Thema 2: Das „neue“ vs. das „klassische“ Geschäft	168
6.2.3	Thema 3: Medienwandel	171
6.2.4	Thema 4: Chancen neuer und mobiler Technologien	172
6.2.5	Thema 5: Das Leistungsschutzrecht und der öffentlich-rechtliche Rundfunk.....	174
6.2.6	Thema 6: Paid Content	175
6.2.7	Verdichtung der Diskursthemen: Selbst- und Umweltbild der Verlage.....	178
6.2.8	Einschränkung des strategischen Handlungsspielraumes durch kritische Basisannahmen – Eine Reflexion der Binnen- aus der Beobachterperspektive.....	186
6.3	Organisationale Verankerung des strategischen Musters.....	192
6.3.1	Organisatorische Präponderanz der Vermarktungskompetenz im Verlagssystem.....	192
6.3.2	Rivalisierende Kompetenzen	196
6.3.3	Zwischenfazit: Organisierter Lock-in	198
6.4	Legitimierung kontrafaktischer Stabilität im Lock-in.....	200
6.4.1	Legitimierung durch diskursive Schmälerung der Krise und Verantwortungsverschiebung.....	201
6.4.2	Legitimierung über Fehler der Vergangenheit und eine „Endgame-Strategie“.....	203
6.4.3	Legitimierung durch direkten Vergleich	205
6.4.4	Legitimierung durch Konstruktion eines Gefangenens-Dilemmas	208
6.4.5	Zwischenfazit: Invisibilisierung der Veränderungsnotwendigkeit	209
7	Diskussion.....	211
7.1	Limitationen.....	211
7.2	Erkenntnisse zur Wahrnehmung des strategischen Handlungsspielraumes bei pfadabhängigen Organisationen.....	213
7.2.1	Strategisches Handeln im Lock-in: Aktive Stabilisierung	213
7.2.2	Angleichung von „Alternativen“ an den Pfad	216
7.2.3	Lock-in als Prozess	218
7.2.4	Handlungsspielraum nicht wahrnehmen wollen/können: Organisierter Pfad.....	220
7.2.5	Handlungsspielraum nicht wahrnehmen müssen: Legitimierung des Lock-ins	223
7.2.6	Praktische Erkenntnis	225
	Literaturverzeichnis.....	227
	Anhänge.....	247
	Nachwort: Gedanken zur Situation und Zukunft des täglichen Qualitätsjournalismus.....	263

Wahrnehmung des strategischen
Handlungsspielraumes
Die verlegerische Entwicklung deutscher
Qualitätstageszeitungen seit 2001
Rothmann, W.
2013, XIX, 253 S. 10 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-01223-6