

Inhalt

A. Grundlagen	1
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Ziel der Arbeit	1
1.2 Lösungsansatz und Gang der Arbeit	4
1.3 Definitorische Grundlagen	6
1.3.1 Das Unternehmen als System	7
1.3.2 Kommunikation	10
1.3.2.1 Interdisziplinäre Annäherungen an den Kommunikationsbegriff	11
1.3.2.2 Betriebswirtschaftliche Annäherungen an den Kommunikationsbegriff	17
1.3.2.3 Extrakt: Unternehmenskommunikation	20
1.3.3 Management	21
1.3.4 Kommunikationsmanagement	24
1.4 Methodik der Arbeit	29
1.4.1 Generelle methodische Anmerkungen	29
1.4.2 Methodische Vorgehensweise der Arbeit	31
B. Bestandsaufnahme	35
1 Kommunikationsmanagement in der klassischen betriebswirtschaftlichen Literatur	38
1.1 Anmerkungen zur Literatúrauswahl	38
1.2 Aussagen der klassischen Literatur	39
1.2.1 Klassische Kommunikationspolitik	42
1.2.2 Klassische Kommunikationsplanung	44
1.2.3 Klassische Kommunikationsorganisation	46
1.2.4 Klassisches Kommunikationspotential	49
1.2.5 Zwischenergebnis: Klassisches Kommunikations- management	51

1.3 Erläuterung des klassischen Befundes	54
1.3.1 Vorherrschendes Managementinteresse	55
1.3.1.1 Paradigma	55
1.3.1.2 Erfolgskriterien	59
1.3.2 Theoretische Basis des Kommunikationsmanagement... ..	62
1.3.2.1 Technische Informationstheorie	63
1.3.2.1.1 Bedeutung für die Lehre des Kommunikationsmanagement.....	65
1.3.2.1.2. Informationstheoretische Erläuterung der getroffenen Gestaltungsaussagen	68
1.3.2.2 Präskriptive Entscheidungstheorie.....	71
1.3.2.2.1 Bedeutung für die Lehre des Kommunikationsmanagement.....	74
1.3.2.2.2 Entscheidungstheoretische Erläuterung der getroffenen Gestaltungsaussagen	76
1.3.3 Verhältnis von theoretischer Basis und Gestaltungs- aussagen	78

2 Kommunikationsmanagement in der neueren betriebs- wirtschaftlichen Literatur

2.1 Anmerkungen zur Literaturlauswahl	81
2.2 Aussagen der neueren Literatur	85
2.2.1 Neuere Kommunikationspolitik.....	85
2.2.2 Neuere Kommunikationsplanung	86
2.2.3 Neuere Kommunikationsorganisation	91
2.2.4 Neuere Kommunikationspotential	94
2.2.5 Zwischenergebnis: Neuere Kommunikations- management	96

2.3 Erläuterung des neueren Befundes

2.3.1 Vorherrschendes Managementinteresse	101
2.3.1.1 Paradigma	101
2.3.1.2 Erfolgskriterien	104

2.3.2 Theoretische Basis des Kommunikationsmanagement...	107
2.3.2.1 Psychologie	108
2.3.2.1.1 Bedeutung für die Lehre des Kommunikationsmanagement	110
2.3.2.1.2. Psychologische Erläuterung der getroffenen Gestaltungsaussagen.....	114
2.3.2.2 Deskriptive Entscheidungstheorie	119
2.3.2.2.1 Bedeutung für die Lehre des Kommunikationsmanagement	120
2.3.2.2.2. Entscheidungstheoretische Erläuterung der getroffenen Gestaltungsaussagen.....	121
2.3.3 Verhältnis von theoretischer Basis und Gestaltungs- aussagen	125

C. Weiterentwicklung 128

1 Übergang zur modernen Unternehmenssituation 130

1.1 Allgemeine Trends 130

1.1.1 Entwicklung der soziokulturellen Umwelt	131
1.1.2 Entwicklung der politisch/rechtlichen Umwelt.....	133
1.1.3 Entwicklung der natürlichen Umwelt.....	134
1.1.4 Entwicklung der ökonomischen Umwelt.....	136
1.1.5 Entwicklung der technischen Umwelt.....	137
1.1.6 Zwischenergebnis: Merkmale der modernen Umweltsituation	142

1.2 Moderne Kommunikationsleistungen 143

1.2.1 Kognitive Merkmale moderner Unternehmens- kommunikation	143
1.2.2 Normative Merkmale moderner Unternehmens- kommunikation	147

2 Gewinnung von Erkenntnispotentialen für ein modernes Kommunikationsmanagement	152
2.1 Evolutionstheoretische Ansätze	152
2.1.1 Grundaussagen.....	153
2.1.2 Theoretische Innovation.....	157
2.1.3 Resultierende Sicht von Kommunikation und ihrem Management	161
2.2 Systemtheoretische Ansätze	163
2.2.1 Grundaussagen.....	165
2.2.2 Theoretische Innovation.....	169
2.2.3 Resultierende Sicht von Kommunikation und ihrem Management	174
2.3 Diskursethik	176
2.3.1 Grundaussagen	177
2.3.2 Theoretische Innovation.....	181
2.3.3 Resultierende Sicht von Kommunikation und ihrem Management	185
2.4 Exkurs: Aktuelle Beiträge der Ökonomie	187
2.4.1 Grundaussagen.....	188
2.4.2 Theoretische Innovation.....	196
2.4.3 Resultierende Sicht von Kommunikation und ihrem Management	199
2.5 Bewertung der theoretischen Ansätze	200
3 Szenario eines modernen Kommunikationsmanagement	206
3.1 Moderne Kommunikationspolitik	206
3.2 Moderne Kommunikationsplanung	211
3.3 Moderne Kommunikationsorganisation	218
3.4 Modernes Kommunikationspotential	223
3.5 Zusammenfassung und Kritik des gezeichneten Szenarios	227

4 Konsequenzen für das Verhältnis von theoretischer Basis und Gestaltungsaussagen.....	230
5 Ergebnisse	232
Abbildungsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VIII
Literaturverzeichnis	239

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1	Grundmodell der Informationsübermittlung von Shannon und Weaver	11
Abb. 2	Annäherungen verschiedener Disziplinen an den Kommunikationsbegriff	16
Abb. 3	Merkmalsausprägungen von Kommunikationsprozessen und Manifestation im Unternehmensgeschehen	19
Abb. 4	Managementsystem	24
Abb. 5	Analyseraster (Indikatoren der Managementbestandteile)..	38
Abb. 6	Klassisches Kommunikationsmanagement.....	54
Abb. 7	Neueres Kommunikationsmanagement	100
Abb. 8	Kommunikationsverhalten der zentralen Person.....	112
Abb. 9	Zukünftige Leistungen von Kommunikation.....	151
Abb. 10	Beiträge der untersuchten Theorien zu den modernen Kommunikationsleistungen.....	204
Abb. 11	Modernes Kommunikationsmanagement.....	227