

## **Inhaltsverzeichnis**

Geleitwort	VII
Vorwort	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
<b>1 Einleitung: Zur Notwendigkeit einer theoretischen Grundlegung der Unternehmensberatung</b>	<b>1</b>
1.1 Unternehmensberatung als Beratung komplexer Sozialsysteme	3
1.2 Der Gang der Untersuchung	6
<b>2 Unternehmensberatung - Stand der wissen- schaftlichen Diskussion</b>	<b>9</b>
2.1 Zum Begriff der Unternehmensberatung	10
2.1.1 Definitionsversuche der Unternehmensberatung	11
2.1.2 Leistungsinhalte der Beratung und ihre institutionale Verankerung	14
2.1.3 Funktionen der Beratung	21
2.2 Unternehmensberatung als soziale Interaktion	27
2.2.1 Eine rollentheoretische Erklärung der Unternehmensberatung	28
2.2.2 Beratungsphilosophien zur Gestaltung des Interaktionsverhältnisses von Beratungssystem und Klientensystem	37
2.3 Unternehmensberatung als Veränderungsprozeß	45
2.3.1 Organisationsentwicklung - Strategien und Methoden der Veränderung	47

2.3.2	Phasenschemata der Beratung	58
2.3.3	Zusammenfassung: Beratungsmodelle im Überblick	63
2.4	Zur Kritik der bisherigen Beratungsforschung	68
2.4.1	Anforderungen an eine theoretische Grundlegung der Unternehmensberatung	69
2.4.2	Defizite der bisherigen Beratungsforschung	76
2.4.3	Zur Verwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse in der Beratungspraxis	81
<b>3</b>	<b>Unternehmensberatung vor dem Hintergrund der neueren Organisationstheorie</b>	<b>91</b>
3.1	Ansätze zum Verhältnis des Klientensystems zu seiner Umwelt und seine Bedeutung für die Unternehmensberatung	92
3.1.1	Das Problem der Pluralität organisationstheoretischer Ansätze	93
3.1.2	Vom Paradigma geschlossener zum Paradigma umweltoffener Systeme	102
3.1.3	Zur Kritik des Paradigmas umweltoffener Systeme: Von der trivialen zur nicht-trivialen Maschine	108
3.2	Zur Konstitution des Klientensystems als komplexes soziales System	113
3.2.1	Die konstitutiven Elemente des Klientensystems: Zur Tradition eines methodologischen Individualismus	114
3.2.2	Das Problem der Komplexität	125
3.3	Auf dem Weg zu einem neuen organisations-theoretischen Paradigma: Das Klientensystem als autopoietisches System	136
3.3.1	Das autopoietische Prinzip	138

3.3.2	Die Übertragung des Autopoiese-Konzeptes auf soziale Systeme: Vom methodologischen Individualismus zum Prinzip der Emergenz	145
3.3.3	Das Klientensystem als emergentes autopoietisches System	155
<b>4</b>	<b>Die Philosophie einer ganzheitlich-evolutionären Unternehmensberatung</b>	<b>173</b>
4.1	Folgerungen aus dem Paradigma autopoietischer Systeme	174
4.1.1	Zur Ausgangssituation: Betriebswirtschaftliche Unternehmensberatung als Intervention in autopoietische Sozialsysteme	175
4.1.2	Erkenntnistheoretische Konsequenzen des Autopoiese-Konzeptes: Der Berater als professioneller Beobachter	187
4.1.3	Unternehmensberatung als Beobachtung beobachtender Sozialsysteme: Überlegungen zu einem kybernetisch-ganzheitlichen Beratungsmodell	193
4.2	Die evolutionäre Perspektive der Unternehmensberatung	205
4.2.1	Zum Begriff des organisatorischen Lernens	206
4.2.2	Lernprozesse in und von Organisationen	213
4.2.3	Lernen autopoietischer Sozialsysteme und seine Bedeutung für die Unternehmensberatung	220
4.3	Konsequenzen für die Beratungspraxis	230
4.3.1	Die Gestaltung des Beratungsablaufes	230
4.3.2	Der Einsatz standardisierter Methoden in der Beratungspraxis	241
<b>5</b>	<b>Schlußbemerkung</b>	<b>249</b>
	Literaturverzeichnis	253