

# Inhalt

Vorwort . . . . .	9
I. PRAXIS	
Wieviel Organisation braucht die Organisation? . . . .	14
Zwei Antworten auf eine Frage . . . . .	14
Wohldefinierte und schlechtdefinierte Systeme . . . . .	15
Die Organisation der Differenz . . . . .	20
Wie kommuniziert eine Organisation? . . . . .	22
Welchen Unterschied macht das Netzwerk? . . . . .	25
Fehldiagnose ›Überkomplexität‹ . . . . .	27
Was ist Komplexität? . . . . .	28
Vom Atom bis zum Unternehmen . . . . .	30
Selbstorganisiertes Chaos . . . . .	30
Ein Fall für Technik? . . . . .	32
Management by Complexity . . . . .	33
Bürokratie oder Kommunikation? . . . . .	36
Wenn es im System rauscht . . . . .	38
Die Möglichkeiten der Information . . . . .	38
Wenn eine Unterscheidung unklar wird . . . . .	41
Dann doch lieber mit System . . . . .	45
Die Pflege des Zufalls . . . . .	48
›Gezielte‹ Kommunikation . . . . .	51
Ambivalente Kommunikation . . . . .	52
Selektive Information . . . . .	59
Gezielte Desinformation . . . . .	63
Zum Problem des Wissens in Organisationen . . . . .	68
Wissen ist nicht gleich Wissen . . . . .	68
Wissensarten . . . . .	70
Wissen als Kommunikation . . . . .	77
Triviales Wissen, nichttriviale Wissensverarbeitung . . . . .	79
Dimensionen der Ablehnung . . . . .	82
Wissen als Prüfoperation . . . . .	85
Organisation und Individuum . . . . .	90
Wissensmanagement zur Anschlußsicherung . . . . .	93
Grenzen der Transparenz . . . . .	98

Ein Widerspruch kommt selten allein: Die Organisation und ihre Kultur . . . . .	102
Sprichwörter der Organisation . . . . .	102
Rationalität kann man auch übertreiben . . . . .	106
Kontingenzkultur . . . . .	108
Kultur im Unternehmen . . . . .	113
Drei Bestseller . . . . .	113
Rationalität versus Motivation . . . . .	114
Das Theorem des ›zweiten Jobs‹ . . . . .	118
Organisation in Gesellschaft . . . . .	120
Perspektiven für die Wissenschaft? . . . . .	124

## 2. THEORIE

Die doppelte Schließung der Organisation . . . . .	126
Performanz . . . . .	126
Virtualisierung . . . . .	132
Die Entscheidung . . . . .	136
Das Programm . . . . .	147
Die Rekursion . . . . .	156
Latenzbeobachtung . . . . .	161
Einfache Komplexität . . . . .	169
Richtige Reduktionen . . . . .	169
Luhmanns Vermutung . . . . .	172
Ein Ausweg . . . . .	176
Komplexität als Maßnahme . . . . .	179
Die Suggestionen der Hierarchie . . . . .	182
Der Streß der Teams . . . . .	185
Die Intelligenz der Netzwerke . . . . .	189
Management als ›Symbol‹ . . . . .	192
Komplexität als Information . . . . .	196
Mit der Hierarchie gegen die Hierarchie . . . . .	198
Vorbemerkung . . . . .	198
Die Hierarchie als Kunststück . . . . .	199
Organisation versus Gesellschaft . . . . .	203
Die Funktion der Hierarchie . . . . .	207
Die Hierarchie als Operation . . . . .	218
Sekundäre Hierarchisierung . . . . .	221
Das Fraktal . . . . .	232

Profit und Management . . . . .	237
Eine soziologische Perspektive . . . . .	237
Die Mehrdeutigkeit des Gewinns . . . . .	240
Die Aufgabe des Managements . . . . .	242
Der Anteil der Selbstorganisation . . . . .	246
Organisierter Rückzug . . . . .	255
Alternativen zum Gewinn? . . . . .	261
Soziologie des Unternehmens . . . . .	265
Die Aufgabe der Soziologie . . . . .	265
Ein dialektisches Verfahren . . . . .	268
Kommunikation als Bezugsproblem . . . . .	274
Dämonologie des Unternehmens . . . . .	287

### 3. LEHRE

Perspektiven einer Fakultät für Wirtschaftswissenschaften . . . . .	297
Die Leistung der Ökonomen . . . . .	297
Die Unternehmen sind nicht die Wirtschaft . . . . .	300
Praktische Relevanz . . . . .	303
Exkurs zur Erkenntnistheorie . . . . .	308
Eine neue Situation . . . . .	311
Komplexität verlangt Öffnung . . . . .	314
Von der Institution zur Organisation . . . . .	316
Das Unternehmerische . . . . .	325
Das Handwerk des Unternehmers . . . . .	330
Neue Produkte . . . . .	330
Rationalität versus Intelligenz . . . . .	335
Die Suche nach der Lücke . . . . .	341
Wir sind alle Unternehmer . . . . .	347
Produktdesign . . . . .	349
Organisationsdesign . . . . .	352
Netzwerkdesign . . . . .	359
Kulturdesign . . . . .	367
Nachweise . . . . .	377