

# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort ..... 9

Peter M. Hejl/Heinz K. Stahl

## Einleitung

Acht Thesen zu Unternehmen aus konstruktivistischer Sicht ..... 13

## ***Teil I: Systemische Grundlagen ...***

Peter M. Hejl

### Das Ende der Eindeutigkeit

Einladung zum erkenntnistheoretischen Konstruktivismus ..... 33

Gerhard Roth

### Radikaler Konstruktivismus, Realität und Wirklichkeit

Gehirn, Realität, Wirklichkeit und Ich ..... 65

Michael Fallgatter/Lambert T. Koch

### Ausgewählte Argumentationslinien erkenntnis- relativistischer Organisationsforschung

Bestandsaufnahme und Perspektiven ..... 77

Peter M. Hejl/Heinz K. Stahl

Management und Selbstregulung ..... 100

## ***Teil 2: Konstruieren von Unternehmen ...***

Sonja A. Sackmann

### Unternehmenskultur – Konstruktivistische Betrachtungen und deren Implikationen für die Unternehmenspraxis

..... 141

Annette Schlee/Alfred Kieser  
Die Konstruktion von Organisationen  
mithilfe von Metaphern ..... 159

Sybille Sachs/Edwin Rühli  
Die dominierende Rolle der Meme im  
evolutionären strategischen Management  
unter der Verhaltensannahme  
begrenzter Rationalität der Manager .....183

Niklas Luhmann  
Rationalität von Vertrauen und Misstrauen ..... 206

Heinz K. Stahl/Peter M. Hejl  
Dynamische Unternehmensführung  
Grenzen und Möglichkeiten der Handhabung  
von Zeit aus einer systemtheoretischen Perspektive ..... 218

Dirk Baecker  
Mit der Hierarchie gegen die Hierarchie ..... 235

Rudolf Wimmer  
Wie lernfähig sind Organisationen?  
Zur Problematik einer vorausschauenden Selbsterneuerung  
sozialer Systeme ..... 265

### ***Teil 3: Das Konstruieren von Märkten und Zukünften ...***

Siegfried J. Schmidt/Guido Zurstiege  
Über die (Un-)Steuerbarkeit kognitiver Systeme  
Kognitive und soziokulturelle Aspekte  
der Werbewirkungsforschung ..... 297

Wolfgang Frindte/Thomas Köhler  
Computervermittelte Kommunikation  
und Unternehmen –  
Wirklichkeit oder Virtualität? ..... 332

Gunther Teubner Die vielköpfige Hydra: Netzwerke als kollektive Akteure höherer Ordnung .....	364
Heinz K. Stahl Dauerhafte Kunden-Lieferanten-Beziehung und ihre Einordnung in eine systemisch- konstruktivistische Perspektive .....	387
Heinz K. Stahl/Hans H. Hinterhuber Strategische Unternehmensführung: Von der „vorweggenommenen“ zur „erfundenen“ Zukunft .....	407
Reinhard Pfriem Jenseits des Sachzwangs Unternehmenspolitische Konstruktionen für das 21. Jahrhundert .....	427
Autorenverzeichnis .....	451