

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Einführung	9
1.1 Problemstellung und Inhaltsübersicht	9
1.2 Struktur und Zweck der Arbeit	13
2. Anlaß und Voraussetzungen für die Beschäftigung mit Beziehungen zwischen Kommunikation und Raum	19
2.1 Neue Kommunikationsgeräte im Büro der Zukunft	19
2.1.1 Merkmale neuer Kommunikationsgeräte	19
2.1.1.1 Möglichkeiten der Informationsdarstellung	19
2.1.1.2 Beschreibung einzelner Kommunikationsgeräte	23
2.1.1.3 Verbreitung, Kosten und Merkmale des räumlichen Einsatzes der Kommunikationsgeräte	31
2.1.2 Merkmale des Büros der Zukunft	36
2.1.2.1 Beschreibung ausgewählter Szenarios des Büros der Zukunft	36
2.1.2.2 Gestaltungsmöglichkeiten im Büro der Zukunft	42
2.1.2.3 Folgerungen aus der Diskussion über das Büro der Zukunft	46
2.2 Theoretische Grundlagen der Beschäftigung mit Kommunikation, Raum und Aufgabe	48
2.2.1 Begriffliche Grundlegung	48
2.2.1.1 Bemerkungen über Sprache und Wirklichkeitserfassung	50
2.2.1.2 Kommunikation als Prozeß der Raumüberbrückung	53
2.2.1.3 Technische Kommunikationsmittel, Kommunikationsgeräte und Kommunikationsformen	57
2.2.1.4 Bürotätigkeiten und Raumstruktur	59
2.2.2 Erklärungsgehalt angrenzender Theorien	63
2.2.2.1 Organisationslehre	65
2.2.2.2 Organisations- und Kommunikationstheorien	69
2.2.2.3 Standorttheorie	73
2.2.2.4 Standortlehre	76
2.2.2.5 Raumwirtschaftstheorie	80
2.2.3 Erkenntnisse der raumwirtschaftlichen Kommunikationsforschung	83
2.2.3.1 Forschungsschwerpunkte, Bedeutung und Hauptaussagen	83
2.2.3.2 Geographische Kommunikationsstrukturen	86
2.2.3.3 Räumliche Kommunikationsmuster und Tätigkeitsarten	93
2.2.3.4 Kritische Würdigung der raumwirtschaftlichen Kommunikationsforschung	101
3. Ein Rahmenmodell zur Erklärung und Gestaltung räumlicher Strukturen der Bürokommunikation	105
3.1 Grundbeziehung des Rahmenmodells	106

3.2	Elemente des Rahmenmodells	108
3.3	Modellbeziehungen	115
3.3.1	Einfluß der Kultur	115
3.3.2	Einfluß der Technologie	116
3.3.3	Einfluß der Personen	117
3.3.4	Einflüsse durch die Bedürfnisse der Umwelt	118
3.3.5	Einfluß seitens der Märkte	119
3.4	Aufgaben des Rahmenmodells	120
4.	Ansatzpunkte zur Erklärung räumlicher Strukturen von Bürotätigkeiten	125
4.1	Ausgangspunkte und Grundaussagen des Erklärungsansatzes	127
4.2	Probleme beim Transport sperriger Informationen	129
4.2.1	Sperrige Informationen als Ursache für die Unzulänglichkeit betriebswirtschaftlicher Standorttheorien in bezug auf das Kommunikationsphänomen	129
4.2.2	Probleme der Materialisierung sperriger Informationen	131
4.2.2.1	Ein Illustrationsbeispiel des Materialisierungsproblems	131
4.2.2.2	Bedeutung der Kommunikationsgeräte im Hinblick auf das Materialisierungsproblem	132
4.2.2.3	Digitale und analoge Kommunikation	134
4.2.2.4	Typen und Bedingungen des Materialisierungsproblems	135
4.2.3	Einflußgrößen der Sperrigkeit von Informationen	140
4.2.4	Sperrige Informationen und Aufgaben	142
4.3	Räumliche Merkmale der Verhaltensweisen des Menschen bei der Informationsauffindung	144
4.4	Gründe für die räumliche Konzentration von Organisationen	153
5.	Ein Ansatz zur Gestaltung	161
5.1	Das entscheidungslogische Gestaltungsmodell	163
5.1.1	Grundbeziehung und Grundaussage des Gestaltungsmodells	163
5.1.2	Elemente des Gestaltungsmodells	165
5.1.3	Bedeutung des Gestaltungsmodells und seiner Annahmen	169
5.1.3.1	Aussagegehalt des Gestaltungsmodells	169
5.1.3.2	Exkurs zur Bedeutung der Modellannahme unabhängiger Gestaltungsvariablen	172
5.2	Die heuristische Gestaltungsmethode	176
5.2.1	Grundlagen der Methode	177
5.2.2	Anwendungsbeispiel der Dynamischen Programmierung	180
5.2.3	Stufenweise Abstimmung der Gestaltungsvariablen	184
5.2.3.1	Verallgemeinerung der Dynamischen Programmierung	184
5.2.3.2	Reihenfolge der Problemlösung	184
5.2.3.3	Die Zustandsvariablen der Gestaltungsmethode	186
5.2.3.4	Steuerung des Abstimmungsprozesses	189
6.	Kritische Anmerkungen zum Stand der Forschung	193
	Abbildungsverzeichnis	197
	Abkürzungsverzeichnis	199
	Literaturverzeichnis	201