

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