

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	1
1.1 Die Problemstellung	1
1.2 Untersuchung des Kommunikationsproblems mit Hilfe des systemtheoretischen Ansatzes	2
1.21 <i>Die Allgemeine Systemtheorie als Ansatz für die Untersuchung von Kommunikationsproblemen</i>	2
1.22 <i>Analytische Grenzen der Allgemeinen Systemtheorie</i>	8
1.3 Sukzessive Abgrenzung des Systems »Filialbetrieb« gegenüber anderen räumlich dezentralisierten Systemen	8
1.31 <i>Erste Abgrenzung nach der Zahl der Standorte</i>	9
1.32 <i>Zweite Abgrenzung nach der funktionalen Verbindung der Subsysteme</i>	9
1.33 <i>Dritte Abgrenzung nach der organisationsrechtlichen Regelung für die Subsysteme</i>	11
2. DER FILIALBETRIEB IN SYSTEMTHEORETISCHER BETRACHTUNG	15
2.1 Systembegriff und Systemhierarchie	15
2.2 Merkmale des Systems »Filialbetrieb«	16
2.21 <i>Das Merkmal der Verbindung des Systems mit der Systemumwelt</i>	16
2.22 <i>Merkmale der inneren Beschaffenheit des Systems</i>	19
2.22.1 <i>Die Zielgerichtetheit</i>	19
2.22.2 <i>Die Komplexität als Reichtum an Beziehungen</i>	21
2.22.3 <i>Die Entwicklungsfähigkeit</i>	23
2.22.4 <i>Das Systemgleichgewicht</i>	24
2.22.41 <i>Das Systemgleichgewicht geschlossener Systeme</i>	24
2.22.42 <i>Das Systemgleichgewicht offener Systeme</i>	26
2.3 Elemente und Subsysteme des Systems »Filialbetrieb«	27
2.31 <i>Die Elemente »Mensch« und »Arbeitsmittel«</i>	27
2.32 <i>Die Bildung von Subsystemen</i>	29
2.32.1 <i>Subsystemdifferenzierungs-Konzepte</i>	29
2.32.2 <i>Die Subsysteme des Systems »Filialbetrieb«</i>	30

2.4	Systemstrukturen des Systems »Filialbetrieb«	32
2.5	Strukturmodelle des Systems »Filialbetrieb« in Abhängigkeit von Außenbeziehungen	37
2.51	<i>Modell I (Absatz nur durch die Zentrale)</i>	37
2.52	<i>Modell II (Absatz nur durch die Filialen)</i>	40
3.	DIE KOMMUNIKATIONSSTRUKTUR DES FILIALBETRIEBES	45
3.1	Information und Informationsbeziehungen	45
3.11	<i>Informationsbegriffe</i>	45
3.11.1	Der Shannon'sche Ansatz	46
3.11.2	Der semiotische Ansatz	47
3.11.21	Zeichen und Signal	48
3.11.22	Die Nachricht	48
3.11.23	Die Information	49
3.12	<i>Die Information in der Beziehung zwischen Sender und Empfänger</i>	50
3.13	<i>Die Informationsentstehung</i>	55
3.13.1	Aufnahme und Speicherung	55
3.13.2	Die Verarbeitung der Information	55
3.2	Kommunikation	58
3.21	<i>Kommunikationsnetz und Kommunikationsprozeß</i>	58
3.22	<i>Die Kommunikationswege</i>	63
3.22.1	Die kommunikative Verbindung der Elemente unter dem Aspekt der Austauschbeziehungen	64
3.22.11	Vor- und Nachteile einseitig und zweiseitig gerichteter Kommunikationswege	64
3.22.12	Entscheidungskriterien für die Einrichtung ein- und zweiseitig gerichteter Kommunikationswege	66
3.22.13	Kommunikation als zweiseitig gerichtete Verbindung	67
3.22.2	Die kommunikative Verbindung der Elemente unter dem Aspekt der Zahl der beteiligten Elemente	68
3.22.21	Vor- und Nachteile direkter und indirekter Kommunikationswege	68

3.22.22	Direkte und indirekte Kommunikation im Filialbetrieb	72
3.22.3	Die kommunikative Verbindung der Elemente unter dem Aspekt der hierarchischen Stellung	72
3.22.31	Die vertikale Verbindung	73
3.22.32	Die horizontale Verbindung	75
3.22.33	Die diagonale Verbindung	77
3.23	<i>Besondere Kommunikationswege im Filialbetrieb</i>	78
4.	INHALTE DER KOMMUNIKATION ZWISCHEN DER ZENTRALE UND DER FILIALE	82
4.1	Die Festlegung der Betriebspolitik als Problem der Zielab- stimmung im Filialbetrieb	82
4.11	<i>Die Zielbildungszentren des Filialbetriebs als Träger eines multipersonalen Entscheidungsprozesses</i>	82
4.12	<i>Probleme der Gewinnmaximierung als Führungsgröße eines kybernetischen Systems</i>	84
4.13	<i>Die Abstimmung der Zielsysteme der Zielbildungs- zentren</i>	86
4.13.1	Die Beziehungen zwischen den Zielsystemen	86
4.13.2	Die Beziehungen zwischen den Zielbildungs- zentren	89
4.13.2	Formen der Zielabstimmung	90
4.13.31	Anweisungen und Anreize	90
4.13.32	Das Überzeugen	91
4.13.33	Das Aushandeln	92
4.2	Die Investitionspolitik als Problem der Mittelverwendung im Filialbetrieb	94
4.21	<i>Grenzfälle der Investitionspolitik</i>	95
4.22	<i>Die Mittelverteilung als mehrstufiger Prozeß</i>	96
4.22.1	Zurechnungsmöglichkeiten der Zentralekosten im Filialbetrieb	96
4.22.2	Die Einigung über den Umfang der Verfügungs- gewalt	99
4.22.3	Die Verteilung der freien Investitionsmittel	100

4.22.31	Alternativplanung und Lenkpreise als Wettbewerbsmethoden bei der Mittelteilung	101
4.22.32	Probleme der Wettbewerbsmethoden	102
4.23	<i>Der Prozeß der Mittelverteilung mit kommunikationstheoretischer Sicht</i>	103
4.3	Das Rechnungswesen im Filialbetrieb als Problem der kommunikativen Verbindung der Betriebsteile	104
4.31	<i>Die Formen der Filialbetriebsbuchhaltung</i>	105
4.32	<i>Die Kontrollfunktion der Filialbetriebsbuchhaltung</i>	107
4.33	<i>Die Intensität der Kontrollkommunikation</i>	107
5.	KOMMUNIKATIONSSTÖRUNGEN UND MASSNAHMEN ZU IHRER VERMEIDUNG IM FILIALBETRIEB	110
5.1	Störungen der Kommunikation im Filialbetrieb	110
5.11	<i>Gliederung der Kommunikationsstörungen</i>	110
5.12	<i>Störungen des Kommunikationsnetzes</i>	112
5.12.1	Technische Störungen	113
5.12.2	Unbewußte Störungen	115
5.12.3	Bewußte Störungen	116
5.13	<i>Störungen des Kommunikationsprozesses</i>	117
5.13.1	Technische und unbewußte Störungen	118
5.13.2	Bewußte Störungen	121
5.13.21	Störungen durch den Sender	121
5.13.22	Störungen durch den Empfänger	124
5.2	Maßnahmen gegen Kommunikationsstörungen im Filialbetrieb	126
5.21	<i>Maßnahmen zur Vermeidung von technischen und unbewußten Störungen des Kommunikationsprozesses</i>	127
5.21.1	Positive und negative Redundanz	127
5.21.2	Innere und äußere Rückkopplung	128
5.22	<i>Maßnahmen zur Ausschaltung von bewußten Störungen</i>	130
5.22.1	Die Informationspolitik	130
5.22.2	Die Stellenpolitik	131
5.22.3	Die Umgestaltung des Kommunikationsnetzes	133

5.23 <i>Die Bedeutung der Elektronischen Datenverarbeitung in den Kommunikationsbeziehungen zwischen der Zentrale und der Filiale</i>	134
5.23.1 Die Auswirkung auf die Kommunikationswege	135
5.23.2 Die Auswirkungen auf die Kommunikationsinhalte	135
5.24 <i>Das Kostenproblem der Störungsvermeidung</i>	139
6. VORTEILE DER ENTSCHEIDUNGSDEZENTRALISATION IM FILIALBETRIEB AUS KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHER SICHT	141
Verzeichnis der Abbildungen	
Literaturverzeichnis	145
Stichwortregister	