

Inhaltsüberblick

Kapitel 1	
Einleitung	1
Kapitel 2	
Begriff des Informationsmanagements	9
Kapitel 3	
Ziele und Funktionen des Informationsmanagements aus informationswissenschaftlicher Sicht	23
Kapitel 4	
Das Konzept »Unternehmenskultur« als Ausgangspunkt der weiteren Überlegungen	41
Kapitel 5	
Berücksichtigung von Werten zur Steuerung des Informationshandelns	91
Kapitel 6	
Die Ergänzung der Informationstruktur-Bildung um die Informationskultur-Entwicklung	111
Kapitel 7	
Berücksichtigung sozio-kultureller Normen als Bestandteil einer Informationskultur	127
Kapitel 8	
Berücksichtigung der Symbolwelt einer Organisation — Symbolisches Informationsmanagement	141
Kapitel 9	
Berücksichtigung der lebensweltlichen Wissenssphäre	167
Kapitel 10	
Der Ansatz des kulturbewußten Informationsmanagements	199

Kapitel 11	
Duales Informationsmanagement: die Ergänzung der system-theoretischen Perspektive des Informationsmanagements um die Kulturperspektive	211
Kapitel 12	
Berücksichtigung von kommunikativem Handeln und kommunikativer Rationalität beim Informationsmanagement	227
Kapitel 13	
Integration des Kulturgedankens in die Mitarbeiterinformation	267
Kapitel 14	
Zusammenfassung der Ergebnisse der Arbeit in Thesen	297

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1	
Einleitung	1
1.1. Zielsetzung der Arbeit	1
1.2. Eingrenzung des Themas	3
1.3. Aufbau der Arbeit	5
 Kapitel 2	
Begriff des Informationsmanagements	9
2.1. Einführung in den Begriff	10
2.2. Informationsmanagement als spezielle Abteilung oder funktionale Einheit	14
2.3. Informationsmanagement als Führungsaufgabe	15
2.4. Informationsmanagement als Management-Philosophie	15
2.5. Informationsmanagement als Integrationskonzept für den komplexen betrieblichen Bereich »Information und Kommunikation«	17
2.6. Informationsmanagement ist noch ein multiparadigmatischer Begriff	20
 Kapitel 3	
Ziele und Funktionen des Informationsmanagements aus informationswissenschaftlicher Sicht	23
3.1. Allgemeiner Objektbereich des Informationsmanagements	24
3.2. Funktion 1: Informationelle Unterstützung des organisationsgebundenen Handelns	26
3.3. Funktion 2: Entwicklung rationaler Informationskonzepte	29
3.4. Funktion 3: Planung und Steuerung des Informationshandelns der Organisationsmitglieder	30
3.5. Funktion 4: Wissensorganisation und -repräsentation im Unternehmen	33

3.6. Funktion 5: Informations- und Kommunikationstechnologie-Management	36
 Kapitel 4	
Das Konzept »Unternehmenskultur« als Ausgangspunkt der weiteren Überlegungen	41
 4.1. Einführung	42
 4.2. Die zwei prinzipiellen Möglichkeiten eine Kultur zu analysieren: das objektivistische und das subjektiv-interpretative Kulturverständnis	47
a) Das objektivistische Unternehmenskultur-Verständnis	51
b) Das subjektiv-interpretative Unternehmenskultur-Verständnis	53
c) Wertung bezüglich dieser Arbeit	57
aa) Kein einheitliches Verständnis innerhalb der Unternehmenskultur-Forschung	57
bb) Zunehmende Aufhebung der Trennung von objektiven und subjektiven Untersuchungsansätzen	58
cc) Die Bedeutung subjektiv-interpretativer Verfahren für die informationswissenschaftliche Betrachtung	60
 4.3. Die Elemente der Unternehmenskultur gemäß dem gängigen Verständnis der Betriebswirtschaftslehre: Das Werte-, Normen- und Symbolsystem des Unternehmens als Inhalte der Unternehmenskultur	61
a) Das Wertesystem	62
b) Das System unternehmenskultureller Normen	65
c) Das Symbolsystem	70
 4.4. Der organisationssoziologische Ansatz der Berücksichtigung der Lebenswelt des Unternehmens als Teil der Unternehmenskultur	74
 4.5. Berücksichtigung der Kultur als Wissenssphäre	78
 4.6. Zwischenergebnis: Die Unternehmenskultur als mehrdimensionales Modell	80
 4.7. Der informationswissenschaftliche Ansatz: Die Informationskultur als Teil einer Unternehmenskultur	82
 4.8. Funktionen der Unternehmenskultur	85

Kapitel 5	
Berücksichtigung von Werten zur Steuerung des Informationshandelns	91
5.1. Berücksichtigung der Werte der Informationskultur des Unternehmens	92
5.2. Werte sind handlungsbeeinflussend: dies gilt auch für das Informationshandeln!	92
5.3. Berücksichtigung des Wertewandels	95
5.4. Motivieren zum Informationshandeln durch Wertestiftung	99
5.5. Steigerung der IuK-Technikakzeptanz durch die Berücksichtigung der Wertedimension	104
5.6. Ableitung des Nutzens der innerbetrieblichen Informationsvermittlung aus den Werten der Unternehmenskultur	107
 Kapitel 6	
Die Ergänzung der Informationstruktur-Bildung um die Informationskultur-Entwicklung	111
6.1. Die Festlegung von Informations- und Kommunikationsstrukturen als Informationsmanagement-Aufgabe	112
6.2. Kulturbedingte Interpretationsabhängigkeit von Informations- und Kommunikationsstrukturen	115
6.3. Gegenseitige Ergänzung der Informations- und Kommunikationsstruktur und der Informations- und Kommunikationskultur	121
a) Organisationsstrukturen als Konkretisierung der Informations- und Kommunikationskultur	122
b) Der Ausgleich struktureller Schwächen durch die Unternehmenskultur	123

Kapitel 7	
Berücksichtigung sozio-kultureller Normen als Bestandteil einer Informationskultur	127
7.1. Kulturelle Normen der sozialen Kommunikation	127
7.2. Funktion kultureller Normen für die Kommunikation	132
7.3. Kulturelle Normen als Innovationsproblem	135
7.4. Moderne Normen sind wichtig	137
Kapitel 8	
Berücksichtigung der Symbolwelt einer Organisation — Symbolisches Informationsmanagement	141
8.1. Das Konzept des symbolischen Managements	142
8.2. Berücksichtigung der Symboldimension der Information	144
8.3. IuK-Techniken und Symbol	150
a) Technik-Inszenierung	154
b) Informations- und Kommunikationstechnik als Symbol der Unternehmenskultur	157
c) Verschiedene Handlungsbezüge im Umgang mit modernen Informations- und Kommunikationstechniken	159
8.4. Symbolische Informations- bzw. Wissensvermittlung	160
Kapitel 9	
Berücksichtigung der lebensweltlichen Wissenssphäre	167
9.1. Lebensweltliches Wissen	168
9.2. Informationswissenschaftliche Aspekte des lebensweltlichen Wissens	176
a) Lebensweltliches Wissen und Entscheidungsfindung	176
b) Lebensweltliches Wissen als intersubjektives Methoden- und Erfahrungswissen	177
c) Lebensweltliches Wissen und die Akquisition des betrieblichen Erfahrungswissens	177
d) Lebenswelt als WahrnehmungsfILTER für Information	178
e) Lebensweltliches Wissen als konstante Wissensbasis in der sich	

schnell verändernden Welt	183
f) Lebensweltliches Wissen und Unternehmensidentität	185
9.3. Paßt das lebensweltliche Wissen zum informationswissenschaftlichen Wissensbegriff?	186
9.4. Technisierung der Kommunikation unter Berücksichtigung des zwischenmenschlichen Austausches von kulturellen Wissen	190
9.5. Die Rolle der interpersonalen Wissensvermittlung	194
Kapitel 10	
Der Ansatz des kulturbewußten Informationsmanagements	199
10.1. Der Begriff »kulturbewußtes Informationsmanagement«	199
10.2. Der Einfluß der Unternehmenskultur auf das Informationsmanagement	201
10.3. Berücksichtigung des Informationsmanagements als kulturbeeinflussende Instanz	207
10.4. Beachtung der Auswirkungen des Informationsmanagements auf die Unternehmenskultur	209
Kapitel 11	
Duales Informationsmanagement: die Ergänzung der system-theoretischen Perspektive des Informationsmanagements um die Kulturperspektive	211
11.1. Das Abrücken vom einseitigen Systemverständnis	211
11.2. Berücksichtigung von systemischen und nicht-systemischen Faktoren	216
11.3. Information und Kommunikation ist mehr als zweckrationales Handeln	222
11.4. Berücksichtigung unternehmenskultureller Rationalisierungsvorstellungen	224
11.5. Kontroll- und Subjektivitäts-Paradigma	225

Kapitel 12**Berücksichtigung von kommunikativem Handeln und kommunikativer Rationalität beim Informationsmanagement** 227

- 12.1. Die zwei Handlungstypen im Unternehmen:
 verständigungsorientiertes und erfolgsorientiertes Handeln 228
- 12.2. Begriff des »kommunikativen Handelns« 230
- 12.3. Der Sinn und Zweck der Berücksichtigung des kommunikativen Handelns in formal strukturierten Arbeitsorganisationen 234
- a) Kommunikatives Handeln spielt in andere Formen des Organisationshandelns mithinein 235
 - b) Wieder-Ankopplung von System und Lebenswelt und Integration von instrumenteller und kommunikativer Rationalität 237
 - c) Verständigungsorientiertes Handeln ist ein kultur-konstituierender Faktor 245
 - d) Kommunikatives Handeln ist ein wichtiger Bestandteil der informellen Organisation 246
- 12.4. Informationsmanagement als Voraussetzung für Verständigungsprozesse im Unternehmen 246
- a) Verständigungsprozesse müssen organisiert werden 247
 - b) Verständigungsprozesse erfordern spezielle Informationen bzw. spezielles Wissen 249
 - c) Medien zur Verständigung 250
- 12.5. Verständigungsorientierte IuK-Technologie-Einführung 254
- a) Konfliktbewältigung 257
 - b) Ausgleich divergierender personen- und gruppenspezifischer Erwartungshaltungen 262
 - c) Notwendigkeit der Beteiligung von Mitarbeitern bei der Planung von Informationssystemen 264

Kapitel 13**Integration des Kulturgedankens in die Mitarbeiterinformation** 267

- 13.1. Allgemeine Aufgaben der Mitarbeiterinformation 268
- 13.2. Erweiterung der Aufgaben und Ziele der Mitarbeiterinformation durch Berücksichtigung der Unternehmenskultur 270
- 13.3. Mögliche Ziele einer kulturorientierten Mitarbeiterinformation 272

a) Bewußtarmachung und Darstellung einer Unternehmenskultur	272
b) Kulturorientierte Informationsarbeit bei der Unternehmensakquisition	273
c) Erreichung einer homogenen, integrierenden Unternehmenskultur	273
d) Förderung von Sozialisations-, Personalisations- und Enkulturationsprozessen	277
e) Herstellen eines Sinnzusammenhangs zwischen gesellschaftlicher und unternehmenstypischer Kultur	280
f) Kritische Reflexion der Unternehmenskultur	280
13.4. Grenzen der kulturorientierten Mitarbeiterinformation	281
a) Der Wunsch nach einer rational planbaren Unternehmenskultur	281
b) Grenzen der zweckrationalen Planung einer Kultur	282
c) Die Schranken einer kulturorientierten Mitarbeiterinformation	285
13.5. Der zentrale Ansatz: Kulturvermittlung durch verständigungsorientierte Kommunikation	286
a) Verständigungsorientierte Kommunikationskultur	291
b) Harmonisierungsthese kontra Pluralismusthese	292
 Kapitel 14	
Zusammenfassung der Ergebnisse der Arbeit in Thesen	297

Abbildungsverzeichnis

Kapitel 3

Bild 3-1: Die klassischen Managementfunktionen	31
Bild 3-2: Aspekte des Managements des Informationshandelns	33
Bild 3-3: Aufgaben des Informationsmanagements hinsichtlich des Einsatzes von Informations- und Kommunikationstechnologien	40

Kapitel 4

Bild 4-1: Kultur als deskriptives und explikatives Konzept	48
Bild 4-2: Verschiedene Theoriekonzepte der Kulturwissenschaft	49
Bild 4-3: Das Spektrum kultureller Phänomene und ihre Analyse nach dem objektivistischen und dem subjektiv-interpretativen Kulturverständnis	50
Bild 4-4: Normen bzw. Regeln im Unternehmensalltag	66
Bild 4-5: Offizielle Führungsleitlinien und »ungeschriebene« Regeln ihrer Befolgung	67
Bild 4-6: Dimensionen der Unternehmenskultur	81
Bild 4-7: Die Informationskultur verstanden als Konkretisierung der Gesamt-Unternehmenskultur	84

Kapitel 5

Bild 5-1: Einige Bedingungsfaktoren des Informationshandelns	93
Bild 5-2: Bedürfnis-Pyramide nach Maslow	98

Kapitel 6

Bild 6-1: Struktur des Organisations-Informationssystems	113
Bild 6-2: »Eisberg-Modell« der Informations-Organisation	118
Bild 6-3: Die beiden zentralen Möglichkeiten das Informations- und Kommunikationshandeln der Organisationsmitglieder zu steuern	121

Kapitel 7

Bild 7-1: Beispielhafte Gegenüberstellung von formal-bürokratischen und unternehmenskulturell gewachsenen Regeln der Kommunikation	130
--	-----

Kapitel 8

Bild 8-1: Funktionale und symbolische Betrachtungsmöglichkeiten von IuK-Technologien	151
--	-----

Kapitel 9

Bild 9-1: Lernen von Kultur durch Symbolisierung von kollektiven Erfolgserfahrungen	173
---	-----

Kapitel 10

Bild 10-1:	Informationsmanagement und Unternehmenskultur stehen in Interaktion	200
------------	---	-----

Kapitel 11

Bild 11-1:	Dualer Informationsmanagement-Ansatz	218
Bild 11-2a:	Zentrale Ansatzpunkte des Informationsmanagements als Systemsteuerung und als Kulturentwicklung	220
Bild 11-2b:	Fortsetzung: Zentrale Ansatzpunkte des Informationsmanagements als Systemsteuerung und als Kulturentwicklung	221
Bild 11-3:	Die beiden Ansätze für ein verhaltenssteuerndes Informationsmanagement	226

Kapitel 12

Bild 12-1:	Handlungstypen	232
Bild 12-2:	Typen der Handlungskoordination im Unternehmen nach L. Zündorf	236
Bild 12-3:	Drei betriebswirtschaftliche Rationalisierungsmuster	243
Bild 12-4:	Die Konzeption einer zweidimensionalen Führungsrationalität nach E. Heinen / P. Dill / G. Hügler	245