

Fallen die Unternehmensgrenzen?

Beiträge zur Außenorientierung der Unternehmensführung

o. Univ.-Prof. Dr. Hans H. Hinterhuber
Dr. Heinz K. Stahl (Hrsg.)

Dipl.-Kfm. Stephan A. Friedrich
Dipl.-Kfm. Matthias Heiden
Dr. Alexander Klee
Eric Krauthammer
Dr. Christoph Lechner M.A.
Dr. Kurt Matzler
Prof. Dr. Günter Müller-Stewens
Andrea Neurauter
Dr. Harald Pechlaner
Mag. Birgit Renzl
Dipl.-Betriebsw. (BA) Thomas Sattelberger
Dr. Elmar Sauerwein
Prof. Dr. Fritz B. Simon
Dipl.-Wirtsch.-Ing. Heinz-Jürgen Weiss
Prof. Dr. Rudolf Wimmer

Innsbrucker Kolleg
für Unternehmensführung, Band 3

Inhaltsverzeichnis

1	Grundsätzliches zum Thema	1
1.1	Man kann nie genug irritiert werden - Gedanken zur Außenorientierung von Unternehmen <i>Heinz K. Stahl</i>	1
1.2	Die Realisierung einer außenorientierten Reputationspolitik <i>Heinz K. Stahl, Alexander Klee</i>	18
1.3	Die Verankerung der Außenorientierung im normativen Management der Unternehmung <i>Alexander Klee, Heinz K. Stahl</i>	41
2	Brennende Fragen	56
2.1	Unternehmensnetzwerke - Der "dritte Weg"? <i>Heinz K. Stahl</i>	56
2.2	Wie machen wir unsere Unternehmen unternehmerischer? Teil I: Ein Plädoyer für dezentrales Unternehmertum in mittleren und großen Unternehmen <i>Hans H. Hinterhuber</i>	76
2.3	Wie machen wir unsere Unternehmen unternehmerischer? Teil II: Ein Plädoyer für innovatives Human Resource Management <i>Stephan A. Friedrich, Hans H. Hinterhuber, Christoph Rasche</i>	90
2.4	Ein „Neuer Sozialer Kontrakt“? Die Folgen fluider Unternehmensgrenzen für die Personalarbeit <i>Thomas Sattelberger (unter Mitwirkung von Heinz K. Stahl)</i>	104
2.5	Leadership als Weltanschauung? Aufgeschlossene Führungskräfte schaffen offene Unternehmen <i>Hans H. Hinterhuber, Stephan A. Friedrich, Eric Krauthammer</i>	129

3	Beobachtungen und Untersuchungen In der Praxis	144
3.1	Investor Relations Online - Wie Unternehmen mit der „Financial Community“ kommunizieren. Mit Beispielen aus der Praxis <i>Heinz-Jürgen Weiss, Matthias Heiden</i> <i>(unter Mitwirkung von Heinz K. Stahl)</i>	144
3.2	Social Auditing Online - Wie sich Unternehmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stellen. Ein internationaler Vergleich <i>Andrea Neuraüter, Heinz K. Stahl</i>	164
3.3	Kunden-Lieferanten-Beziehungen Online - Wie E-Commerce das „Grenzmanagement“ beeinflusst. Beobachtungen in Pionierunternehmen <i>Elmar Sauerwein, Heinz K. Stahl</i>	198
3.4	Wissensaustausch und Wissensentwicklung Wie man beide durch Interaktionsanalyse fördern kann. Eine Studie. <i>Birgit Renzl</i>	217
3.5	Über die Diversifikation hinaus - Wie "Business Migration" die Spielregeln des Wettbewerbs verändert. Eine Tour d'horizon <i>Harald Pechlaner, Kurt Matzler</i>	234
3.6	Vorausschauende Selbsterneuerung - Wie sich Organisationen mit lebenswichtigen Irritationen versorgen <i>Rudolf Wimmer (unter Mitwirkung von Heinz K. Stahl)</i>	254
	Zur Bedeutung von Beziehungen und der Menschen	270

4.1	Die Gestaltung von Stakeholder-Beziehungen als Grundlage jedes Grenzmanagements <i>Günter Müller-Stewens, Christoph Lechner, Heinz K. Stahl</i>	270
4.2	Kundenintegration verlangt durchlässige Unternehmensgrenzen <i>Heinz K. Stahl</i>	292
4.3	Vertrauen, Misstrauen und das Verschwimmen der Unternehmensgrenzen durch Vernetzung - Ein fiktiver Dialog <i>Heinz K. Stahl</i>	312
4.4	Außenorientierung heißt immer auch Komplexitätsbewältigung. Über Persönlichkeitstypen und psychische Mechanismen <i>Fritz B. Simon, Heinz K. Stahl</i>	325
	Stichwortverzeichnis	339
	Die Autoren	343