

Dr. phil. Stefan Grudowski, M.A.

# Untersuchung der wechselseitigen Beziehung des betrieblichen Informationsmanagements und der Unternehmenskultur



# Inhaltsverzeichnis

## Kapitel 1

<b>Einleitung</b>	<b>i</b>
1.1. Zielsetzung der Arbeit	1
1.2. Eingrenzung des Themas	3
1.3. Aufbau der Arbeit	5

## Kapitel 2

<b>Begriff des Informationsmanagements</b>	<b>9</b>
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

<b>Ziele und Funktionen des Informationsmanagements aus informationswissenschaftlicher Sicht</b>	<b>23</b>
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

<b>Das Konzept »Unternehmenskultur« als Ausgangspunkt der weiteren Überlegungen</b>	<b>41</b>
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

<b>Kapitel 5</b>	
<b>Berücksichtigung von Werten zur Steuerung des Informationshandelns</b>	<b>91</b>
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
<b>Kapitel 6</b>	
<b>Die Ergänzung der Informationstruktur-Bildung um die Informationskultur-Entwicklung</b>	<b>111</b>
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

<b>Kapitel 7</b>	
<b>Berücksichtigung sozio-kultureller Normen als Bestandteil einer Informationskultur</b>	<b>127</b>
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
<b>Kapitel 8</b>	
<b>Berücksichtigung der Symbolwelt einer Organisation — Symbolisches Informationsmanagement</b>	<b>141</b>
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
<b>Kapitel 9</b>	
<b>Berücksichtigung der lebensweltlichen Wissenssphäre</b>	<b>167</b>
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	f83
f) Lebensweltliches Wissen und Uriternehmensidentität " • •	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
<b>Kapitel 10</b>	
<b>Der Ansatz des kulturbewußten Informationsmanagements</b>	<b>199</b>
10.1 .Der Begriff »kulturbewußtes Informatiorismanagement«	199
10.2.Der Einfluß der Unternehmenskulturauf dasInformationsmanagement.	201
10.3.Berücksichtigung des Informationsmanagements als kulturbeeinflussende Instanz	207
10.4.Beachtung der Auswirkungen des	
• Informationsmanagements auf die Unternehmenskultur	209
<b>Kapitel 11</b>	
<b>Duales Informationsmanagement: die Ergänzung der system-theoretischen Perspektive des Informationsmanagements um die Kulturperspektive</b>	<b>211</b>
11.1.Das Abrücken vom einseitigen-Systemverständnis •	211
11.2.Berücksichtigung von systemischen und nicht-isystemischen <sup>1</sup> Faktoren	216
11.3.Information und Kommunikation ist mehr als zweckrationales Handeln	222
11.4.Berücksichtigung unternehmenskultureller Rationalisierungsvorstellungen	224
11.5.Kontroll- und Subjktivitäts-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

## IX

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 rationalplanbaren 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

\