

Peter Bendixen

Die Kultur des unternehmerischen Handelns

Unternehmensführung
jenseits der Betriebswirtschaft



VS VERLAG

Inhalt

Unternehmerische Qualitäten	7
Erster Teil: Grundlagen	17
1 Einführung: Wirtschaften als kognitiver Prozess.....	19
1.1 Methodologische Grundlagen.....	19
1.1.1 Das Problem der wissenschaftlichen Objektivität	24
1.1.2 Das Problem der unvollständigen Objekterfassung.....	29
1.2 Marktwirtschaft und soziale Intelligenz	32
1.2.1 Der Markt als kulturelles Schwarmphänomen.....	32
1.2.2 Die Unternehmung als Element der Schwarmbildung.....	42
1.3 Wirtschaften als Denkprozess.....	49
1.3.1 Die Konstruktion der Wirtschaft im Denken	49
1.3.2 Präzisierung der wissenschaftlichen Fragestellung.....	54
2 Die Systemeigenschaften der Unternehmung	65
2.1 Aus der Vergangenheit in die Zukunft	65
2.1.1 Die Reichweite des Vorausblicks	65
2.1.2 Kontinuität und Wandel.....	74
2.2 Lokalität und Raumerstreckung.....	107
2.2.1 Zeitdimension und Raumdimension	107
2.2.2 Betriebswirtschaftliche Kategorien.....	109
2.2.3 Die Unternehmung als Unikat	111
2.2.4 Innenansichten und Außenansichten	112
2.2.5 Selbstwahrnehmung und Selbstgestaltung.....	114
2.3 Individualität und strukturelle Einbindung.....	115
3 Zwischenbilanz: Unternehmensführung im Rückspiegel	126
3.1 Die Unternehmung als historischer Typus.....	128
3.2 Die Einzelunternehmung und ihre Geschichte	141
3.3 Der Strukturwandel der Wirtschaft.....	144
3.4 Der Kulturwandel der Gesellschaft.....	146



4	Die Bedeutung von Raum und Zeit in der Unternehmensführung.....	149
5	Die Bedeutung der Zukunft als kreative Projektionsfläche.....	159

Zweiter Teil: Ansätze und Perspektiven..... 165

1	Vorbemerkungen	167
2	Unternehmensführung aus betriebswirtschaftlicher Sicht.....	169
3	Unternehmensführung aus ganzheitlicher Sicht.....	177
3.1	Kultur als die Natur des Menschen.....	177
3.2	Die kulturelle Verfasstheit der Wirtschaft.....	180
3.3	Die Unternehmensgründung als ganzheitlicher Auftakt.....	184
3.4	Denken in Horizonten und Perspektiven	186
3.4.1	Standorte und Standpunkte.....	189
3.4.2	Innenperspektiven.....	192
3.4.3	Horizonte der Außensicht.....	196
3.5	Zielpeilung und Verantwortung.....	200

Dritter Teil: Eine Bilanz..... 205

1	Die Wirtschaft verändert die Welt – Aber wohin?.....	207
2	Die Umrisse einer Theorie der Unternehmensführung	220
3	Wie kann man Unternehmensführung studieren?	223

Literatur	229
-----------------	-----