

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
A. Einleitung	5
B. Kritische Vorstellung wesentlicher Theorien Organisationalen Lernens	8
I. Definition der Lernerfolgs anstatt des Organisationalen Lernens	8
II. Ausgewählte wesentliche Theorien des Organisationalen Lernens	11
1. Theorien, die Lernen als Anpassung an die Umwelt ansehen	11
a) Der (gestörte) Lernzyklus von <i>March/Olsen</i>	11
aa) Überblick über die Theorie	11
bb) Bewertung der Theorie von <i>March/Olsen</i>	14
cc) Die Rolle der Kommunikation	
im Modell von <i>March/Olsen</i>	16
b) Die verschiedenen Lernebenen nach <i>Argyris/Schön</i>	17
aa) Überblick über die Theorie	17
bb) Bewertung der Theorie von <i>Argyris/Schön</i>	19
cc) Die Rolle der Kommunikation	
im Modell von <i>Argyris/Schön</i>	20
2. Wissensbasierte Theorien des Organisationalen Lernens	21
a) Lernen im Schichtenmodell der organisatorischen	
Wissensbasis nach <i>Pautzke</i>	22
b) Implizites und explizites Wissen nach <i>Nonaka</i>	25
c) Bewertung der Theorien von <i>Pautzke</i> und <i>Nonaka</i>	27
d) Die Rolle der Kommunikation in wissensbasierten	
Theorien des Organisationalen Lernens	28
III. Zusammenfassung	29

C. Rund-E-Mails der Unternehmensleitung als besondere Form der internen Unternehmenskommunikation	32
I. Definition der internen Unternehmenskommunikation	32
II. Wesentliche interne Medien für die interne Unternehmenskommunikation	33
1. Die Mitarbeiterversammlung	33
2. Das schwarze Brett	34
3. Das Intranet	34
4. Die Mitarbeiterzeitschrift	35
5. Rund-E-Mails der Unternehmensleitung	36
III. Zusammenfassung	37
D. Empirische Untersuchung über die Empfänger von Rund-E-Mails der Unternehmensleitung	39
I. Forschungsansatz der empirischen Untersuchung	39
II. Durchführung der empirischen Untersuchung	41
III. Beschreibung der Teilnehmer an der Umfrage	44
IV. Tatsächliche und von den Teilnehmern erwünschte Nutzung des Mediums Rund-E-Mails durch die Unternehmensleitung	47
V. Lernanforderungen am Arbeitsplatz und Förderung des Lernens durch die Unternehmen	50
VI. Inhalte der E-Mails und Reaktion der Umfrage-Teilnehmer	53
1. Tatsächliche Inhalte erwünschte Inhalte von Rund-E-Mails der Unternehmensleitung	53
a) Analyse der tatsächlichen Themengebiete	54
b) Analyse der erwünschten Themengebiete	56
2. Gefühle und Leseverhalten bei ausgewählten Themenbereichen	59
a) Die durchschnittlichen Reaktionen der Umfrage-Teilnehmer	60
b) Veränderungen innerhalb der Unternehmensstruktur	61

c) Veränderungen auf Vorstands- bzw. Unternehmensleitungsebene	62
d) Negativ bewertbare Entscheidungen der Unternehmensleitung	63
e) Konkrete Verhaltensregeln	64
f) Bekanntmachung von strategischen Unternehmenszielen	65
g) Leitgedanken der Unternehmensphilosophie	66
h) Reaktion auf negative Berichterstattung in den Medien	67
i) Kondolenznachrichten	68
j) Zusammenfassung	69
VII. Rund-E-Mails als Kommunikationsform bei Prozessen des Organisationalen Lernens	70
1. Förderung von umweltinitiierten Lernprozessen	70
2. Förderung von wissensbasierten Lernprozessen	73
a) Die Rolle der Motivation bei wissensbasierten Lernprozessen	74
b) Rund-E-Mails als Förderer der intrinsischen Motivation	76
3. Zusammenfassung	78
E. Zusammenfassende Thesen	80
Literaturverzeichnis	85
Anhänge	88