

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen	2
1.3 Vorgehensweise und Methodik	3
2 Organisationale Begrifflichkeiten und Organisationstheorien.....	7
2.1 Organisationsbegriff	7
2.1.1 Instrumentaler Organisationsbegriff.....	7
2.1.2 Funktionaler Organisationsbegriff.....	8
2.1.3 Institutioneller Organisationsbegriff	8
2.2 Organisationstypen nach Zielsystemen	9
2.2.1 Profit-Organisationen	10
2.2.2 Non-Profit-Organisationen	10
2.3 Organisationskultur.....	11
2.4 Organisationstheorien	13
2.4.1 Klassische Theorien.....	13
2.4.1.1 Bürokratieansatz.....	13
2.4.1.2 Scientific Management	15
2.4.1.3 Administrationslehre	16
2.4.2 Verhaltensorientierte Theorien	18
2.4.2.1 Human-Relations-Ansatz.....	18

2.4.2.2	Motivationstheoretischer Ansatz.....	19
2.4.3	Entscheidungsorientierte Theorien	20
2.4.3.1	Entscheidungslogisch-orientierter Ansatz	20
2.4.3.2	Entscheidungsprozess-orientierter Ansatz	21
2.4.4	Situative Theorien	22
2.4.5	Systemorientierte Theorien	24
2.4.5.1	Systemisch-kybernetischer Ansatz.....	24
2.4.5.2	Soziologischer Ansatz	25
2.4.5.3	Soziotechnischer Ansatz	26
2.4.6	Institutionenökonomische Theorien	26
2.4.6.1	Transaktionskostenansatz	26
2.4.6.2	Prinzipal-Agenten-Ansatz	28
2.4.6.3	Property-Rights-Ansatz.....	29
3	Intuition: Relevanz des Unbewussten.....	31
3.1	Intuitionsbegriff und wissenschaftliche Erklärungsmodelle	31
3.1.1	Abgrenzung von Intuition	31
3.1.2	Erklärungsmodelle von Intuition.....	32
3.1.2.1	Erfahrungswissen	33
3.1.2.2	Unbewusste Wahrnehmung	34
3.1.2.3	Somatische Marker	35
3.1.2.4	Fraktale Affektlogik	36
3.1.2.5	Spiegelneuronen.....	37
3.1.2.6	Enterisches Nervensystem	38
3.2	Historische Entwicklung der Bedeutung von Intuition	39
3.3	Funktionen von Intuition	42
3.3.1	Intuitive Wahrnehmung.....	42
3.3.2	Intuitive Meinung.....	45
3.3.3	Intuitive Entscheidungen.....	47
3.3.4	Intuitive Kreativität.....	50
3.3.5	Intuitives Verhalten	52

3.4	Rahmenbedingungen von Intuition.....	55
3.4.1	Komplexität	55
3.4.2	Nichtwissen.....	57
3.5	Grenzen von Intuition	59
4	Entwicklung eines intuitionsorientierten Organisationsansatzes	63
4.1	Ziel und Abgrenzung des intuitionsbasierten Ansatzes.....	63
4.2	Grenzen des intuitionsbasierten Ansatzes	67
4.3	Bisherige Studien zur empirischen Relevanz..... von Intuition im unternehmerischen Kontext	68
4.4	Ebenen von Intuition im Rahmen eines intuitionsbasierten Ansatzes	71
4.4.1	Ebene des Individuums.....	72
4.4.1.1	Führungsebene.....	72
4.4.1.2	Mitarbeiterebene (ohne Entscheidungsbefugnis)...	73
4.4.2	Ebene der Unternehmenskultur	74
4.4.2.1	Grad an Anfängergeist.....	75
4.4.2.2	Grad an Selbstorganisation	75
4.4.2.3	Grad an Fehlerfreundlichkeit	76
4.4.2.4	Grad an Möglichkeitsräumen.....	77
4.4.2.5	Grad an Vertrauen	78
4.5	Empirische Studie zur Relevanz eines intuitionsbasierten Ansatzes	78
4.5.1	Ziel und Methodik der Studie	79
4.5.2	Gestaltung des Fragebogens	80
4.5.3	Vornahme eines Pretests	81
4.5.4	Durchführung der Studie.....	83
4.5.4.1	Struktur der Stichprobe.....	83
4.5.4.2	Ergebnisse der Studie	83
4.5.5	Bewertung der Ergebnisse	102
4.5.6	Empfehlungen für die Implementierung eines intuitionsbasierten Organisationsansatzes	111

5 Fazit und Ausblick.....	115
Anhang	117
Anhang 1: Anschreiben: Intuition im Unternehmensumfeld	117
Anhang 2: Fragebogen zum Thema Intuition im Unternehmensumfeld..	118
Literaturverzeichnis.....	125

Intuition als effektive Ressource moderner
Organisationen

Eine theoretische und empirische Analyse

Holtfort, Th.

2013, XVIII, 138 S. 5 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-03465-8