

Objektyp: **Miscellaneous**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **79 (1999)**

Heft 6

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Wirk-Mechanik der genannten Arbeits- und Organisationsformen lässt sich zusammenfassen als «Betroffene sind Beteiligte». Die geforderte Eigenaktivität (Selbststeuerung) macht Beeinflussung durch Wort, Bild und Verhalten (Fremdsteuerung) überflüssig. Dass diese Organisationsformen letztlich ökonomischer sind als allumfassende CI-Strat-

egien, haben erste Untersuchungen bereits angedeutet. ♦

CORNEL VEIL, Dr. phil., Studium der Volkswirtschaft und der Psychologie, veranstaltet – nach wissenschaftlicher Mitarbeit an der HSG Universität St. Gallen und in diversen Firmen – Kooperations-Trainings.

¹ K. Birkigt/M. Stadler/H. Funck, Corporate Identity. Grundlagen – Funktion – Fallbeispiele, Landsberg Lech 1992, S. 240, S. 16, S. 22, S. 18, S. 220.

² H.H. Hinterhuber/K. Höfner/L.G. Winter, Der Stand der Corporate Identity Politik in der Bundesrepublik, Österreich und Schweiz, München 1992.

³ R. Antonoff, Corporate Identity Report, Frankfurt/Main 1987, S. 18.

⁴ H. Kroehl, Corporate-Identity-Persönlichkeit als Grundlage des Unternehmenserfolges. Werbeforschung & Praxis, Folge 3, 1989, S. 69.

⁵ C. Veil, Relationale Kommunikation. Kommunikationsverständnis und -praxis im Wandel – dargestellt am Wirtschaftsleben. Reihe Personalforschung. München 1993, S. 9, 86 f.

⁶ P. Watzlawick, Wie wirklich ist die Wirklichkeit? München 1988.

⁷ GGK Basel, in: Bilanz – Das Schweizer Magazin für Politik und Wirtschaft, Zürich, April 1994.

⁸ R. Mann, Das ganzheitliche Unternehmen, Bern 1988, S. 222.

⁹ Bericht über die Beratungsfirma McKinsey, in: impulse – Das Magazin für unternehmerischen Erfolg 10/88, Hamburg.

¹⁰ H. Ulrich/G. Probst, Anleitung zum ganzheitlichen Denken und Handeln. Ein Brevier für Führungskräfte. Verlag Paul Haupt, Bern 1991³.

¹¹ P. Sbandi/A. Vogl, Ein Beitrag zu einer relationalen Kommunikations- und Gruppentheorie. Gruppenpsychotherapie & Gruppendynamik, Jg. 23 (4), Zürich 1988, S. 306 f.

¹² L. Limacher, Qualitätsmanagement als strategische Führung: die 2Q-Methode. io Management Zeitschrift 64 (1995) Nr. 7/8.

¹³ R. Spencer, Success with self-managed teams and partnering. Journal for Quality & Participation. Vol 18, Iss 4, Jul/Aug 1995. S. 45–53.

¹⁴ D. Cooperrider/S. Srivastva, The Constructive Task of Organizational Theory: An Exploration into Relational Knowledge, in: A Relational Perspective of Organizing. From Methodological Individualism to Relational Formulations. Hrsg.: Dachler/Gergen/Hosking. Avebury/UK, 1995.

¹⁵ D. Mayrhofer, Funktionstrennung zwischen Projektleiter und Prozessbegleiter als Grundlage für effiziente Projektsteuerung. Projekt Management, Jg. 6, 3/95, S. 16–20.

Wer übernimmt Patenschaftsabonnemente?

Immer wieder erreichen uns Anfragen von Lesern oder Einrichtungen (zum Beispiel Bibliotheken), welche die Schweizer Monatshefte aus finanziellen Gründen nicht regelmässig beziehen können. Es ist uns nicht möglich, alle Wünsche zu erfüllen. Deshalb sind wir auf Ihre Mithilfe angewiesen. Unser Vorschlag: Übernehmen Sie ein Patenschaftsabonnement der Schweizer Monatshefte für Fr. 100.– (Ausland Fr. 121.–). Rufen Sie uns bitte an. Wir nennen Ihnen gerne Interessenten. Sie können uns auch einfach die diesem Heft beigelegte Geschenk-Abokarte mit oder ohne Nennung eines Begünstigten zusenden. Vielen Dank!

*Unsere Adresse: Schweizer Monatshefte, Administration, Vogelsangstrasse 52, 8006 Zürich
Telefon 01/361 26 06, Telefax 01/363 70 05*