

Press release

Universität Witten/Herdecke

Kay Gropp

06/14/2017

<http://idw-online.de/en/news676336>

Research projects, Scientific Publications

Cultural sciences, Economics / business administration, Media and communication sciences, Philosophy / ethics, Social studies
transregional, national



Organisierter Streit

Das neue Buch „Produktkalkül“ von Dirk Baecker ergänzt Geschäftsmodelle um die Dimension einer Kommunikation über Arbeit

„Organisation ist ein normativer Begriff.“ Sagt Prof. Dr. Dirk Baecker, Soziologe, Managementtheoretiker und Dekan sowie Lehrstuhlinhaber an der Universität Witten/Herdecke. In seinem neuen Buch „Produktkalkül“ stellt er ein soziologisches Kommunikationsmodell der Organisation vor. Ausgangspunkt ist ein Zitat des Organisationstheoretikers Karl E. Weick: „Stellen Sie sich vor, Sie sind entweder der Schiedsrichter, der Trainer, ein Spieler oder ein Zuschauer bei einem ungewöhnlichen Fußballspiel: Das Spielfeld ist rund; mehrere Tore (oder Ziele, goals) sind zufällig auf dem Feld verteilt; die Leute können sich am Spiel beteiligen oder es verlassen, wann immer sie wollen; sie können Bälle ins Spiel bringen, wann immer sie wollen; sie können sagen, ‚das ist mein Tor‘, wann immer sie wollen, so oft sie wollen und anlässlich so vieler Tore wie sie wollen; das ganze Spiel findet auf einem abschüssigen Feld statt; und das Spiel wird gespielt, als mache es Sinn.“ Liegt diesem Spiel irgendeine Art von Kalkül zugrunde? Das ist Baeckers Frage.

Das Produktkalkül ist als Ergänzung zu betriebswirtschaftlichen Geschäftsmodellen zu verstehen. Geschäftsmodelle beantworten die Frage, wie es einem Unternehmen gelingen kann, eine Wertschöpfungskette so zu organisieren, dass sich das Unternehmen einen Wert aneignen kann, den es für Kunden kreiert. Das ist keine triviale Problemstellung. Jede Produktion wird unter Bedingungen vollzogen, unter denen nicht ausgeschlossen werden kann, dass Kunden, Lieferanten, Konkurrenten oder Behörden in die Position kommen, sich den Mehrwert anzueignen. Die theoretische Fundierung, die man für Geschäftsmodelle zuweilen vermisst, wäre in einer Konflikttheorie der Produktion zu finden. Daran schließt das Produktkalkül an. Es ergänzt Geschäftsmodelle um die Dimension einer Kommunikation über Arbeit, die zwischen normativen und kognitiven, zwischen latenten und manifesten Erwartungen oszilliert und insofern laufend den Streit sucht, den es zu entscheiden hat. Es erweitert die betriebswirtschaftliche Problemstellung um Fragen der Einbettung von Produktionszusammenhängen in gesellschaftliche Netzwerke. Und es stellt auf konkrete Fragen der Kommunikation über Arbeit unter Beobachtern erster und zweiter Ordnung ab. Insofern ist es nicht nur ein Geschäftsmodell, sondern auch ein Kommunikationsmodell organisierter Arbeit und organisierten Entscheidungsverhaltens.

Dirk Baecker: Produktkalkül, Berlin, Merve, 2017, ISBN-13: 978-3883963624

Weitere Informationen bei Prof. Dr. Dirk Baecker, 02302/926-818, dirk.baecker@uni-wh.de

Über uns:

Die Universität Witten/Herdecke (UW/H) nimmt seit ihrer Gründung 1982 eine Vorreiterrolle in der deutschen Bildungslandschaft ein: Als Modelluniversität mit rund 2.400 Studierenden in den Bereichen Gesundheit, Wirtschaft und Kultur steht die UW/H für eine Reform der klassischen Alma Mater. Wissensvermittlung geht an der UW/H immer Hand in Hand mit Werteorientierung und Persönlichkeitsentwicklung.

Witten wirkt. In Forschung, Lehre und Gesellschaft.

www.uni-wh.de / [#UniWH](#) / [@UniWH](#)



Prof. Dr. Dirk Baecker

Dirk Baecker
Produktkalkül

Merve Verlag

Buchcover