

Vorwort

Dieses Buch ist das Ergebnis einer einfachen Idee: Es fehlte in Theorie und Praxis eine integrale Erklärungsstruktur, die betriebswirtschaftliches Denken in idealen Optimierungskalkülen mit der faktischen Relevanz von Unternehmenskommunikation vereint.

Zwei Beispiele für die Defizite: Die Öffentlichkeitsarbeit wird von der Betriebswirtschaft im Rahmen des Marketings – der marktorientierten Unternehmensführung – im Kommunikationsmix „abgeheftet“. Das ist erstaunlich, weil Öffentlichkeitsarbeit nur selten marktorientiert arbeitet. Zudem bietet die herkömmliche Ökonomie mit ihren individualistischen Handlungsmodellen dem kollektivierten Wahrnehmungsphänomen wie einer Marke gar keinen theoretischen Lebensraum an. Damit ergibt sich das Paradox, dass das Marketing Marken eigentlich gar nicht erklären kann. Ein anderes Beispiel sind die viel zitierten Vertrauenspositionen, die Öffentlichkeitsarbeit zu erreichen sucht. Oder die Widerstandslinien in Unternehmen, die sich gegenüber Veränderungsprozessen aufbauen. Dies sind Phänomene, die die PR- und Management-Literatur diskutiert, ohne dass dies die präferenzfreie Theoriewelt erklären kann.

Im Ergebnis entstand eine Theorie, die weit über die Ursprungsidee hinaus geht, weil nicht nur die Unternehmenskommunikation in die Wirtschaftswissenschaften eingebaut wird, sondern die herkömmliche Ökonomie um eine mental-kognitive Dimension ergänzt wird, die „Change“ als eine Anwendung dieser Dimension beschreibt, aber genauso für andere Bereiche einsetzbar wäre.

Dafür gilt der Dank Herrn Professor Dr. Herrmann-Pillath, auf dessen konzeptionellen Ideen dieses Buch basiert, für seine Anleitung, die pointierten Diskussionen und seine Experimentierbereitschaft, mit einem theoretisch wenig belasteten und zudem noch weit entfernten externen Doktoranden so ein Projekt anzugehen und durchzuziehen. Der Dank gilt ferner den beiden Gutachtern Herrn Professor Birger Priddat und Wolf D. Hartmann für ihre Anregungen sowie nicht zuletzt Herrn Prof. Dirk Baecker für seine Anleitung beim Akademie-Referat.