

Geleitwort

Die Analyse von sozialen Netzwerken in Organisationen wird in letzter Zeit in der Organisationsforschung als neues und viel versprechendes Forschungsgebiet gehandelt. In die Soziologie, Sozialpsychologie, Ethnologie, Politikwissenschaften und Organisationswissenschaften hat diese Forschungsperspektive in den letzten Jahren vermehrt Einzug gehalten.

Der Grund für die Attraktivität des Netzwerkansatzes liegt in der neuartigen Betrachtungsweise von sozialen Phänomenen und dem Versprechen, aus den Beziehungen zwischen sozialen Entitäten Erkenntnisse zu gewinnen. Dass soziale Beziehungen in einer Organisation Einfluss auf das Verhalten ihrer Akteure und somit auf das Gesamtverhalten und den Erfolg haben, ist offensichtlich. Die Vertreter dieses Ansatzes konstatieren, dass durch soziale Beziehungen bestimmte Ressourcen wie Informationen oder Wissen ausgetauscht werden bzw. ein Zugang zu diesen Ressourcen überhaupt erst gewährleistet wird. Der Zugang zu diesen Ressourcen ist eine entscheidende Voraussetzung für eine effiziente Erledigung der unternehmerischen Aufgaben, für Innovationserfolge oder wertschöpfende Resultate. Damit reiht sich die Forschungsarbeit von Heidi Armbruster einerseits in die moderne Forschungsrichtung der Netzwerkanalyse und gleichzeitig in die neueren Arbeiten zum Wissensmanagement bzw. der Bedeutung von Beziehungswissen ein.

Heidi Armbruster hat es verstanden, über Jahre sowohl das Genfer Forum für Wissensmanagement (Geneva Knowledge Forum) als auch eine aufwändige Forschungsarbeit in der Pharmabranche zu leiten. Mit der Organisation und Koordination des Forums hat sie sich einen tiefen Einblick in die Forschung und Praxis des Wissensmanagements verschafft und mit zahlreichen großen Unternehmen zusammengearbeitet. Mit ihrem persönlichen Steckenpferd der sozialen Netzwerkanalyse hat sie sich auf ein Gebiet gewagt, in dem es nur wenige theoretische Arbeiten und empirische Studien gibt, die den Einfluss der Netzwerke auf den organisationalen Erfolg untersuchen. Heidi Armbruster liefert hiermit einen wesentlichen Beitrag und schliesst im Innovationsmanagement eine Lücke. Sie untersucht ganz konkret den Einfluss von Netzwerken auf den Output von Innovationsteams.

Forschungsinteressierte Leser werden in einem ersten Teil einen theoretischen Bezugsrahmen zu sozialen Netzwerken und deren Bedeutung in Innovationsteams finden, der ihnen sowohl für weitere Forschungsdesigns als auch für das Verständnis der empirischen Forschung der Effektivität dienen wird.

Die vorliegende interdisziplinäre Studie untersucht im zweiten Teil den Einfluss sowohl interner als externer sozialer Netzwerke auf den Erfolg von Innovationsteams. Diese Untersuchung zeichnet sich sowohl durch ihre Originalität, klare Ergebnisse und Interpretation der quantitativen und qualitativen Daten als auch eine rigorose Methodik aus. Die Auswertung von 28 Teams aus sechs Grossunternehmen der pharmazeutisch-chemischen Industrie zeigt deutlich, dass interne und externe Wissens- und Vertrauensnetzwerke einen entscheidenden Einfluss auf den Erfolg von Innovationsteams haben. Sie sind die Grundlage für den Zugang und die Nutzung neuen Wissens und damit der Innovation schlechthin.

Ich bin überzeugt, dass diese hervorragende Schrift bei den Lesern ebenso viel Interesse und Hochachtung finden wird wie bei meinen Kollegen aus der Soziologie (Prof. Franz Schultheis, Universität Genf), der Ökonomie (Prof. Alain Schönenberger), der Strategischen Führung (Prof. Bettina Büchel, IMD) und mir selbst als Vertreter der Organisationswissenschaften.

Prof. Dr. Gilbert Probst