

Thomas Heinze (Hrsg.)

Kommunikationsmanagement

Thomas Heinze (Hrsg.)

Kommunikations- management

*Wissen und Kommunikation
in Bildung, Kultur und Tourismus*

Westdeutscher Verlag

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

1. Auflage Juli 2003

Alle Rechte vorbehalten

© Westdeutscher Verlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2003

Lektorat: Frank Engelhardt

Der Westdeutsche Verlag ist ein Unternehmen der Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.
www.westdeutscher-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Horst Dieter Bürkle, Darmstadt

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN-13:978-3-531-14073-5 e-ISBN-13:978-3-322-87350-7
DOI: 10.1007/978-3-322-87350-7

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Literatur	12

I Wissen – Kommunikation – Management

1.	Interkulturelle Kommunikation (Helmwart Hierdeis)	13
1.1	Szenen	13
1.2	Begriffe	13
1.3	Zur Konstruktion kultureller Differenz: „Fremdheit“	17
1.4	Fremdheit als Ressource (redigiert von Thomas Heinze)	23
1.5	Ziele und Möglichkeiten Interkultureller Kommunikation	26
1.6	Epilog	30
	Übungsaufgabe 1	31
	Literatur	32
2.	Wissen – Kommunikation – Medien (Theo Hug/Thomas Heinze)	35
2.1	Ausgangspunkte	35
2.2	Wissenstheoretische Überlegungen	37
2.2.1	Was ist Wissen?	37
2.2.2	Ausgewählte Unterscheidungen	40
2.3	Struktur und Erwerb des Wissens	44
2.3.1	Vertrautheit des Wissens	44
2.3.2	Vertrautheit und Typik	44
2.3.3	Verträglichkeit zwischen Wissenselementen	45
2.3.4	Glaubwürdigkeit der Wissenselemente	45
2.3.5	Die Struktur des Nichtwissens	46
2.3.6	Situationsbezogenheit, Genese und Struktur des Wissensvorrats ..	47
2.3.7	Bestimmung der Situation	48
2.3.8	Der Wissenserwerb	49

2.3.9	Wissen und Vorurteil	50
	Übungsaufgabe 2	51
2.3.10	Die dämonisierte Welt	52
2.4	Charakterisierung von Instantwissen	54
2.4.1	Allgemeine Kurzcharakterisierung	54
2.4.2	Situationsbezogenes Orientierungswissen	56
2.4.3	Gebrauchswissen im Dienste der Erlebnisorientierung	56
2.4.4	Massenwissen im Dienste von Herrschaftswissen	57
2.5	Bricolage und Tacit Knowledge	57
2.5.1	Bricolage	58
2.5.2	Tacit Knowledge	59
2.6	Ausblick	59
	Übungsaufgabe 3	61
	Übungsaufgabe 4	62
	Übungsaufgabe 5	62
	Literatur- und Medienverzeichnis	63
3.	Wissensmanagement in Betrieb, Erwachsenenbildung und Schule (Werner Wiater)	66
3.1	Terminologische Klärungen	66
3.1.1	Wissen	66
	Übungsaufgabe 6	71
3.1.2	Die Entstehung von Wissen	71
	Übungsaufgabe 7	74
3.1.3	Management und Wissen	74
	Übungsaufgabe 8	76
3.1.4	Wissensmanagement als Lehr-Lern-Prozess	76
	Übungsaufgabe 9	81
3.2	Wissensmanagement in unterschiedlichen gesellschaft- lichen Handlungsfeldern	81
3.2.1	Modell 1: Organisationswissen managen	82
3.2.2	Modell 2: Persönlichkeitswissen managen	88
	Übungsaufgabe 11	94
3.2.3	Modell 3: Fachwissen managen	94
	Übungsaufgabe 12	101
3.3	Schluss	101
	Literatur	102

II Praxis des Kommunikationsmanagement

1.	Die Theorie sozialer Systeme	104
1.1	Vorbemerkung	104
1.2	Systembegriff und Autopoiese	105
1.3	Luhmanns Systemdefinition und Systemtypisierung	107
1.4	Gesellschaft und funktionale Differenzierung	108
	Literatur	117
2.	Kommunikation und Tourismus (Ulrich Leifeld)	118
2.1	Einleitung	118
	These I: Die Unabhängigkeit der Informationsgeschwindigkeit von menschlicher Bewegungsgeschwindigkeit ermöglicht Globalisierungsprozesse und lässt Tourismus und informationsverarbeitende Industrie an Bedeutung gewinnen	120
	These II: Der Tourismus bedarf in hohem Maße kommunikativer Inszenierung um Produktattraktivität zu erlangen, zu erhalten und zu erweitern	125
	These III: Die kommunikativ vermittelten Bilder über den Fremden werden auf Reisen bestätigt und tragen in Abgrenzung zum Eigenen zur individuellen und kollektiven Identitätsfindung bei	131
	These IV: Anhand von vier Spannungsbögen lassen sich Urlaubsmotive aufzeigen, die nach subjektivem Gefallen der jeweiligen Zielgruppe kommunikativ ausgestaltet werden	137
2.2	Schlussbetrachtung	148
	Übungsaufgabe 13	150
	Übungsaufgabe 14	150
	Übungsaufgabe 15	151
	Literatur	152
	Übungsaufgabe 16	154
	Anhang/Musterlösungen	155
	Autorenspiegel	167

Kommunikationsmanagement

Vorwort

Der vorliegende Band folgt der Erkenntnis, dass im Zuge der wachsenden Industrialisierung, Technisierung und elektronischen (sichtbaren und unsichtbaren) Vernetzung aller gesellschaftlichen Prozesse, damit auch der wirtschaftlichen und kulturellen Prozesse, sowohl den neu entstehenden Formen von Bildung, Kultur und Wirtschaft Rechnung getragen sowie die Verflechtung der internationalen Szene beachtet werden muss. So hat sich z.B. das Netzwerk interkulturellen Handelns in der Wirtschaft bereits derart verdichtet, dass selbst kleinere und mittlere Unternehmen in ihrer überwiegenden Zahl in ökonomische Internationalisierungsprozesse eingebunden sind. Mit zunehmender internationaler Vernetzung erhalten die sog. „weichen Faktoren“, d.h. die kulturellen Voraussetzungen, unter denen wirtschaftsbezogenes Handeln stattfindet, hohe Priorität. Damit gerät die Kultur in den „Wettbewerb mit seinen modernen Spielregeln“ (Herms 1994: 533). Zu beobachten ist darüber hinaus, dass der Anteil der Informationsberufe weltweit zunimmt. Sowohl in den Kernbereichen (z.B. Informatik) als auch in den Rand- und Mischbereichen, angefangen von der öffentlichen Verwaltung über nahezu alle Dienstleistungsbereiche bis hin zu den Unternehmungen zeichnet sich ein eigener Sektor ab, der als Informations- und Kommunikationssektor bezeichnet werden kann. Dabei wird zunehmend deutlich, dass die Konzentration auf die „reine“ Informationstechnik den Problemstellungen nicht gerecht wird. Unabhängig davon, ob es um Wissensproduktion und Wissensorganisation oder Informationsverarbeitung und Informationsverteilung geht, in jedem Fall sind dazu kommunikative und mediale Kompetenzen im interkulturellen Kontext unerlässlich, wenn eine konstruktive und produktive Zusammenarbeit gewährleistet werden soll. „In der Organisation und Vermittlung von kulturellen Ereignissen hat das Wissen um Kommunikationsvorgänge und die Steuerung der Prozesse im Sinne eines Kommunikationsmanagement eine besondere Bedeutung“ (ebd.).

Die vorliegenden Beiträge wollen dieser Entwicklung in mehrfacher Hinsicht Rechnung tragen: Einerseits werden Fragen und Probleme des Kommunikations- und Wissensmanagement als theoretisch und praktisch motivierte Gegenstände thematisiert. Darüber hinaus werden der interkulturellen Kommunikation sowie der Kommunikation im Tourismus besondere Beachtung gewidmet. Die inhaltliche Focussierung auf die Bereiche Bildung, Wirtschaft und Tourismus kann hier nur exemplarisch (in Form eines Propädeutikums) geleistet werden. In der bewussten Absicht einer disziplinären Grenzüberschreitung zielen die in diesem Band versammelten Beiträge auf die Vermittlung von Kenntnissen im bildungs-, kultur- sowie wirtschaftswissenschaftlichen Bereich.

- Teil I befasst sich mit dem Themenkomplex „Wissen – Kommunikation – Management“.

Wolfgang Bergsdorf (2002) hat als wichtigsten Effekt unserer „Informations- bzw. Wissensgesellschaft“ „die Verabschiedung der Relevanz des Alltagswissens“ bezeichnet. Da Erfahrung im Sinne von tradiert Erfahrung sehr stark an Bedeutung verliere, müsse das Leben zu einem permanenten Prozess des Umlernens werden (ebd.). In diesem Sinne und Kontext sind die folgenden Beiträge (Teil I) zu verstehen.

Ausgehend von einer Klärung der Begriffe „Interkulturalität“, „Kultur“, „Kommunikation“ und „Interkulturelle Kommunikation“ widmet sich der Beitrag von Helmwart Hierdeis zunächst der Konstruktion interkultureller Differenz. Dabei spielen individualpsychologische Zugänge zum Problem „Fremdheit“ eine besondere Rolle. In einem zweiten Schritt werden Ziele und Möglichkeiten Interkultureller Kommunikation formuliert. Im Mittelpunkt steht der Spracherwerb. Nachdem Interkulturalität ein unumgehbarer sozialer Tatbestand ist, wird die Qualifikation für Interkulturelle Kommunikation als lebenslange Aufgabe angesehen. Die Bereitschaft dafür wird in der primären Sozialisation grundgelegt.

Der Beitrag von Theo Hug befasst sich zunächst mit grundlegenden wissenschaftstheoretischen Differenzierungen sowie mit Formen des Instantwissens, die in neuerer Zeit an Bedeutung gewonnen haben. Daran anschließend werden von Thomas Heinze wissenssoziologische und systemtheoretische Erkenntnisse zur Struktur und zum Erwerb des (Alltags-)Wissens referiert. Ergänzend dazu werden dann von Theo Hug Überlegungen zu Typen des Gebrauchswissens „mittlerer Reichweite“ (Bricolage) und des impliziten Erfahrungswissens (Tacit Knowledge) zur Diskussion gestellt.

In dem Beitrag von Werner Wiater wird der Komplex „Wissensmanagement“ einer differenzierten und klärenden Analyse unterzogen. Bekanntlich wurde Anfang der 90er Jahre des letzten Jahrhunderts der Begriff Wissensmanagement von den Wirtschaftswissenschaften geprägt. Sein Verwendungskontext war zunächst ein organisationssoziologischer. Er resultierte aus der Erfahrung von Betrieben und Unternehmen, dass Wissen zwar eine entscheidende Ressource für den kommerziellen Erfolg ist, dass es aber an der Wissenskommunikation und der Wissenspräsentation fehlt. Nach und nach übernahmen auch andere Wissenschaften und Praxisbereiche den Begriff Wissensmanagement und erweiterten seinen Verwendungszusammenhang in psychologischer und pädagogischer Hinsicht. Außer dem Organisations- und Fachwissen werden nun das Persönlichkeitswissen, das Methodenwissen und das meta-kognitive Wissen einbezogen. Probleme des Wissensmanagement werden seitdem auch in der Erwachsenenbildung und in der Schule diskutiert. Der Beitrag von Werner Wiater stellt modelltypisch und auf zentrale Elemente reduziert drei verschiedene Formen des Wissensmanagement zusammen, und zwar Modelle für den Betrieb, für die Erwachsenenbildung und für die Schule.

- Teil II behandelt den Themenkomplex „Kommunikation und Tourismus“.

Da der Beitrag zu „Kommunikation und Tourismus“ (Leifeld) auf Luhmanns Systemtheorie Bezug nimmt, werden die Essentials dieses modernen Theorieansatzes zunächst von Otto-F. Bode und Thomas Heinze dargestellt.

Ein wesentliches Praxisfeld Interkultureller Kommunikation stellt der Tourismus dar. Ulrich Leifeld geht in seinem Beitrag „Kommunikation und Tourismus“ davon aus, dass zwischen Kommunikation und Tourismus offensichtliche Zusammenhänge bestehen, die wissenschaftlich bislang jedoch kaum Beachtung fanden. Gemeinsam ist beiden, dass sie von Beschleunigung profitieren und im Kontext einer globalisierten Weltordnung einen hohen Stellenwert einnehmen. Über neue Informationswege kommunizieren Menschen immer schneller miteinander, wobei Technologien die Übertragung, Speicherung und Verarbeitung wachsender Datenmengen und Informationsgeschwindigkeiten ermöglichen. Ebenso wie die Informationsübertragung lässt auch der Tourismus weltweite Distanzen schrumpfen. Touristen nutzen schnelle, bequeme Reisemöglichkeiten und schätzen eine vernetzte Infrastruktur touristischer Serviceleistungen. Verschiedene Interdependenzen zwischen Kommunikation und Tourismus werden in dem Beitrag von Ulrich Leifeld aufgezeigt. Tourismus bedarf kommunikativer Inszenierung, Bilder über den Fremden werden kommunikativ vermittelt und der Tourismus leistet über Kommunikation mit Fremden einen Beitrag zur Findung und Erhaltung individueller und kollektiver Selbstkonzepte. Kurzum:

Ohne effiziente Kommunikation kein gelungenes Tourismusmanagement.

Insgesamt 16 Text begleitende Übungsaufgaben sowie „Musterlösungen“ sollen das Textverständnis absichern und darüber hinaus Anregungen bieten zur weiter gehenden Auseinandersetzung mit der Theorie und Praxis von Kommunikationsmanagement.

Hagen, April 2003

Thomas Heinze

Literatur

- Bergsdorf, W. (2002): Im Spannungsfeld zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit: die Informationsgesellschaft und ihr wachsender Ethikbedarf. In: Musikforum, 38. Jahrgang, Heft 96
- Heinze, Th. (2002): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager. Wiesbaden
- Hermes, H.-J. (1994): Kommunikationsmanagement. In: Rauhe, H./Demmer, Chr. (Hg.): Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst. Berlin, New York