

Saturday, November 27. 2010

## Zufälle

Keine andere mir bekannte Zeitschrift im thematischen Kontext von Organisation, Entscheidung und Kommunikation verbindet theoretische Komplexität und ästhetische Performanz auf so gelungene Weise wie die vom Management Zentrum Witten herausgegebene "revue für postmodernes management". Jedes Heft ist auf besondere Weise sowohl ein haptisches wie auch visuelles Erlebnis - beste Voraussetzung, die Leselust zu mobilisieren. Das kommende Heft wird im Dezember erscheinen, hier sei noch das bereits im Sommer erschienene Heft zum Thema Zufall nachgereicht, illustriert mit Arbeiten der Künstlerin Dorothea Goldschmidt. Im Editorial schreiben die Herausgeber Torsten Groth und Andreas Szankay: Je planmäßiger das Vorgehen, desto wirksamer trifft der Zufall, heißt es. Wenn wir diesem Spruch folgen, dann könnte eine Hinwendung zum Zufall unsere Aufmerksamkeit auf mögliche Ereignisse richten, deren Auftreten wir allenfalls ahnen können, ohne dass wir wissen, was konkret auf uns zukommen wird. Und wir hätten den Zufall sogleich mit Existenzfragen jeder Unternehmung verknüpft, denen sich Management und Beratung nicht verschließen sollten. In der mehr oder weniger wissenschaftlichen Management- und Beratungsliteratur kommt der Zufall jedoch kaum vor, was sicher kein Zufall ist, kratzt dieser doch allzu sehr an den ungeschriebenen Gesetzen der Ratgeberliteratur (und der Wissenschaft). Eine erwähnenswerte Stellung nimmt der Zufall allenfalls in unternehmerischen Erfolgsberichten und Erzählungen ein, kaum eine Erfindung kommt (ex post) ohne Zufälle zustande, kaum eine Unternehmenshistorie kommt (ex post) ohne Zufälle aus. Man schmückt sich mit dem Zufall, mehr aber auch nicht. Wer Komplexität ernst nimmt (und dazu können wir nur anraten!), wird Verhältnisse in den Blick bekommen, in denen nicht immerfort alles mit allem verknüpft werden kann. Wenn dem so ist, wird es notwendig zu Ereignisverkopplungen, Gelegenheiten und Begebenheit kommen, die bisher nicht beobachtet wurden, und die Marktchancen, Kooperationsmöglichkeiten oder auch Produktinnovationen versprechen. Vor diesem Hintergrund ist zu fragen: Wann sind Ereignisse Zufälle, wie ist deren produktive oder unproduktive Wirkung, und vor allem, kann der Zufall besser genutzt werden? Zu diesen Fragen haben wir in dieser Ausgabe ganz unterschiedliche Beobachtungen vereint. Wir laden Sie ein, Spielarten des Zufalls zu erkunden, ökonomischen, soziologischen, künstlerischen-philosophischen Überlegungen zu folgen und sich an einer Vielzahl, teilweise absurder zufälliger Ereignisse in Management und Beratung zu erfreuen."Zum vollständigen Inhaltsverzeichnis...

Posted by Tom Levold in Zeitschriften at 00:00