

Exposé zur Bachelorarbeit

Thema:

Isomorphie von organisationaler Identität: Die zunehmende Ähnlichkeit von Logos innerhalb organisationaler Felder.

Problemstellung:

Die organisationale Identität, deren Konzept erstmals von Albert und Whetten (1985) beschrieben wurde, definiert das Selbstbild der Organisationsmitglieder als Organisation, wobei dieses nicht ohne weiteres gegeben ist, sondern durch Selbstbeschreibungen formuliert werden muss.

Entsprechend der Neoinstitutionalistischen Organisationstheorie müsste sich eine Isomorphie der organisationalen Identität zeigen, da Manager von Organisationen dazu neigen Bestandteile der organisationalen Identitäten anderer Organisationen aus ihrem Umfeld (organisationalen Feld) zu übernehmen, wobei die Gründe bzw. Mechanismen unterschiedlich sein können. Meyer und Rowan (1977) akzentuieren die zunehmende Isomorphie durch die Übernahme von institutionalisierten Elementen und Managementpraktiken. Dieser Prozess der Strukturangleichung kann nach DiMaggio und Powell (1983), welche auch den Begriff des organisationalen Feldes definiert haben, durch Zwang, normativen Druck oder auch aufgrund mimetischer Prozesse erfolgen. Die Isomorphie der organisationalen Identität wurde durch das von Glynn und Abzug (2002) geschaffene Konstrukt der symbolischen Isomorphie erweitert, bei dem die Autoren eine Ähnlichkeit der symbolischen Attribute einer Organisation postulieren und anhand von Firmennamen empirisch untersuchen. Ebenso wie Firmennamen können auch Logos von Organisationen als ein Symbol der organisationalen Identität betrachtet werden. Dementsprechend müsste nach der theoretischen Argumentation von Glynn und Abzug (2002) eine Ähnlichkeit von Logos innerhalb organisationaler Felder erkennbar sein beziehungsweise müssten sich die Logos innerhalb organisationaler Felder ähnlicher sein, als die Logos über verschiedene Felder hinweg.

Relevanz:

Dass dieses Thema wissenschaftliche Relevanz besitzt haben bereits Glynn und Abzug (2002) gezeigt. Es herrscht Konsens darüber, dass die Isomorphie von organisationaler Identität die Organisationen legitimiert, allerdings wird dies bisher kaum auf die Symbole der Organisationen angewandt. Deshalb haben Glynn und Abzug (2002) auch die stärkere Betrachtung der symbolischen Isomorphie vorgeschlagen. Allerdings haben Glynn und Abzug in ihrer Arbeit nur eine Dimension der Symbole von Identitäten untersucht, da sie lediglich die Namen von Organisationen betrachtet haben. Aus diesem Grund haben sie selbst auch schon am Ende ihrer Arbeit dazu aufgefordert nicht nur die symbolische Isomorphie

hinsichtlich der Namen weiter zu erforschen, sondern auch die weiteren symbolische Dimensionen zu betrachten. Daher widmet sich diese Bachelorarbeit speziell den Logos von Organisationen.

Ziele der Bachelorarbeit:

Die Bachelorarbeit soll durch die erfolgenden Analysen klären, ob sich die Logos von Organisationen innerhalb eines organisationalen Feldes ähnlicher sind, als über die organisationalen Felder hinweg. Es soll somit geprüft werden, ob sich eine Isomorphie der organisationalen Identität auch in den Logos, als symbolische Attribute dieser Identitäten, wiederfinden lässt. Außerdem soll, wenn sich eine Ähnlichkeit feststellen lässt, geklärt werden, ob es Merkmale gibt, die dafür regelmäßig ausschlaggebend sind und welche diese gegebenenfalls sind.

Geplante Vorgehensweise:

In Hinsicht auf die Bearbeitung des Themas plane ich bei dieser Bachelorarbeit empirisch vorzugehen. Die theoretischen Grundlagen wie beispielsweise Neoinstitutionalismus, organisationale Identität und organisationale Felder sollen zunächst aufgearbeitet werden und die Mechanismen, die zu Isomorphie führen aufgezeigt werden. Im Anschluss daran soll analysiert werden, ob sich die Logos von Organisationen innerhalb eines organisationalen Feldes ähnlicher sind, als über die organisationalen Felder hinweg, wobei für die empirische Untersuchung die organisationalen Felder auf Branchen eingeschränkt werden sollen. Hierzu plane ich die Logos von Unternehmen bzw. Organisationen verschiedener Branchen zuerst mit Logos innerhalb der gleichen Branche und dann mit Logos aus den anderen Branchen, somit also aus anderen organisationalen Feldern, zu vergleichen und herauszuarbeiten wie stark Ähnlichkeiten zu erkennen sind. Seien es beispielsweise Ähnlichkeiten in der Farbphilosophie, in der Form, im Aufbau oder hinsichtlich anderer Designelemente, die diese symbolischen Attribute auszeichnen. Dadurch soll dann die Frage geklärt werden können, ob sich die Logos innerhalb der organisationalen Felder ähnlicher sind, als über die Felder hinweg.

Das Sample an zu untersuchenden Logos soll sich dabei in zwei grobe Kategorien einteilen lassen. Auf der einen Seite Logos von Organisationen aus dem Bereich der Industrie, also dem verarbeitenden Gewerbe, auf der anderen Seite Logos von Organisationen aus dem Dienstleistungssektor. Um eine gewisse Diversifikation im Sample zu erreichen werden im Industrie Bereich sowohl die Automobilindustrie also auch der Textilindustrie betrachtet und im Bereich der Dienstleistungen sollen Organisationen, die der Systemgastronomie angehören, als auch Handwerksbetriebe, insbesondere Friseure, untersucht werden. Für jede dieser vier Gruppen sollen mindestens je 30 Logos analysiert werden.

Die Logos sollen mit Hilfe eines Kategoriensystems untersucht werden, sodass am Ende der Untersuchung sich jedes Logos mit Hilfe eines Vektors beschreiben lässt.

Dabei teilt sich das Kategoriensystem grob in Logoanordnung, Formen und Typologien der Logos, Farben sowie Schriftart auf. Jede dieser Oberkategorien teilt sich in eine Vielzahl Unterkategorien dann weiter auf. So teilt sich die Kategorie Logoanordnung beispielsweise in folgende Unterkategorien auf: Text in Form, nur Form, nur Text, Form über Text, Form rechts vom Text, Form links vom Text, Form im Text, Form unter Text und Sonstiges, wenn das Logo den genannten Kategorien nicht zugeordnet werden kann. Auch die Unterkategorien können sich weiter aufspalten, wie beispielsweise im Bereich der Farben, der erstmal in Anzahl der Farben, die Farbpalette sowie auffällige Farben aufgeteilt wird, aber diese Kategorien sich wieder unterteilen lassen, wie zum Beispiel die Anzahl der Farben, die in einfarbig, zweifarbig, aber auch mehrfarbig eingeteilt wird. Diese Kategorien sind als Dimensionen zu betrachten, weshalb sie nur die Werte 0, wenn nicht erfüllt, und 1, wenn diese Kategorie erfüllt wird, annehmen können. Da somit aus den Logos der Organisationen/Unternehmen Vektoren gebildet werden, ist es nun möglich diese zu vergleichen, Dafür werden 3 Variablen gebildet und zwar die durchschnittliche Ähnlichkeit der Logos zu a) den Logos untersuchten Unternehmen der gleichen Branche, b) den Logos aller anderen untersuchten Unternehmen und zu guter letzt c) den Logos aller untersuchten Unternehmen außerhalb der eigenen Branche. Um diesen Vergleich zu ermöglichen soll die Kosinus-Ähnlichkeit angewendet werden. Durch diese Analyse lässt sich dann die erste Forschungsfrage meiner Bachelorarbeit beantworten.

Um die zweite Forschungsfrage beantworten zu können ist es im weiteren Verlauf nötig zu prüfen ob bestimmte Variablen immer größer sind, da auch geklärt werden soll, welche Elemente ausschlaggebend für eine erkennbare Isomorphie sind oder ob es vielleicht in einzelnen Branchen besonders auftritt. Um dies zu ermöglichen soll der t-Test angewandt werden.

Forschungsfragen:

Forschungsfrage 1: Sind sich die Logos innerhalb eines organisationalen Feldes ähnlicher, als über die Felder hinweg?

Forschungsfrage 2: In welchem Ausmaß gleichen sich die Logos von Organisationen innerhalb organisationaler Felder?

Literatur:

Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. In L.L. Cummings and M.M. Staw (eds.), *Research in organizational behavior*, 7: 263-295. Greenwich, CT: JAI.

DiMaggio, P., & Powell, W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2): 147-160.

Glynn, M. A., & Abzug, R. (2002). Institutionalizing identity: Symbolic isomorphism and organizational names. *Academy of Management Journal*, 45(1): 267-280.

Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2): 340-363.