

# Inhalt

<b>A Unternehmenskultur und Sozialordnung als Gestaltungskonzepte</b> .....	1
1. Die Qualität der zwischenmenschlichen Beziehungen im Betrieb .....	3
2. Menschenbilder, soziale Leitbilder und Grund- annahmen über ökonomisch erfolgversprechende Beziehungsgestaltung als prägende Faktoren .....	5
3. Sozialordnung oder Unternehmenskultur? .....	8
3.1 <i>Unternehmenskultur</i> .....	8
3.2 <i>Der Begriff der Sozialordnung in Abgrenzung             zu verwandten Begriffen</i> .....	12
3.3 <i>Vier Hauptgestaltungsfelder             der Sozialordnung</i> .....	15
3.4 <i>Bestimmungsfaktoren der Sozialordnung</i> .....	19
4. Innovative Unternehmenskulturen und Sozialordnungen .....	25
<b>B Fallstudien innovativer Unternehmenskulturen und Sozialordnungen</b> .....	27
1. Die Unternehmen im Überblick .....	29
2. Methoden der Datengewinnung .....	31
3. Gliederung der Fallstudien .....	39
<i>Fallstudie 1</i> Barthels-Feldhoff GmbH & Co, Wuppertal- Barmen: „Kunst und Konferenzen“ .....	40

*Fallstudie 2*

(EGL) - Entwicklung und Gestaltung von Landschaft GmbH, Kassel: „Partnerschaftskultur“ ..... 52

*Fallstudie 3*

Opel-Hoppmann GmbH, Siegen: „Mehr Demokratie und soziale Gerechtigkeit im Betrieb“ ..... 71 X

*Fallstudie 4*

C. Mollenhauer Flötenbau GmbH, Fulda:  
„Auf der Suche nach dem sozialen Organismus“ ... 85

*Fallstudie 5*

Plansecur-Gesellschaft für Vermögensberatung und Vermögensvermittlung mbH, Kassel:  
„Christsein im Unternehmen“ ..... 94

*Fallstudie 6*

Risse & Co. GmbH, Warstein:  
„Von den Idealen zur Normalität“ ..... 119

*Fallstudie 7*

WALA-Heilmittel GmbH, Boll-Eckwälden:  
„Im Einklang mit der Natur und individuelle Entwicklung“ ..... 133

*Fallstudie 8*

WOB Marketing Kommunikation AG, Viernheim:  
„Ruhm, Spaß und Geld“ ..... 156

*Fallstudie 9*

SNI-AG, Paderborn:  
„Geplanter Unternehmenskulturwandel“ ..... 176

*Fallstudie 10*

Hotel ARKADE: „Arbeit als freiwillige Leistung für das Unternehmen – und seinen charismatischen Geschäftsführer“ ..... 215 X

---

<i>Fallstudie 11</i>	
MLP Finanzdienstleistungen AG, Heidelberg:	
„tit for tat“ .....	240
<i>Fallstudie 12</i>	
dm-drogerie markt GmbH & Co KG, Karlsruhe:	
„Bewusstseinsbildung	
in der Arbeitsgemeinschaft“ .....	264
Zum Autor .....	327