

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Firmenkultur und Firmenphilosophie als Erfolgsstrategie	11
Der Markt wird zum Bewährungsfeld der Firmenkultur	17
Der Zusammenhang zwischen Firmenkultur und Corporate Identity	27
Die zehn Schritte auf dem Weg zur marktgerechten Firmenkultur	31
1. Schritt: Ermitteln der Merkmale der derzeitigen Corporate Identity	31
2. Schritt: Ermitteln der Merkmale der derzeitigen Firmenkultur	33

3. Schritt:	
Beschreiben der Firmenkultur und ihrer Elemente	35
1. Die Unternehmens-Wirklichkeit	35
2. Normen und Wertvorstellungen	36
3. Die Vorbilder	37
4. Haltungen und Rituale	39
5. Das kulturelle Netzwerk	41
4. Schritt:	
Bestimmen des Grundmusters der Firmenkultur	43
1. Die geschlossene Kultur	43
2. Die geöffnete Kultur	44
3. Die offene Kultur	44
5. Schritt:	
Merkmale der Firmenkultur und Corporate Identity im Vergleich	47
6. Schritt:	
Formulieren der Strategischen Perspektive	49
1. Marktpositionierung in der Zukunft	49
2. Firmenkultur der Zukunft	50
3. Die vier Typen der Firmenkultur	53
a) Die Star-Kultur	53
b) Die Aktions-Kultur	54
c) Die Investitions-Kultur	55
d) Die Administrations-Kultur	57

7. Schritt:	
Erarbeiten von Engpässen	59
1. Erarbeiten der Engpässe nach außen	59
2. Erarbeiten der Engpässe im Unternehmen	60
8. Schritt:	
Definieren der Strategischen Lücke.....	62
9. Schritt:	
Festlegen des Maßnahme-Kataloges.....	64
10. Schritt:	
Umsetzen der Maßnahmen durch Zielvereinbarungs-Prozesse	66
Den künftigen Erfolg gestalten	69