

Inhaltsverzeichnis

	Geleitwort von Prof. Dr. D. Krallmann	IX
	Vorwort	XIII
I.	Einleitung und Problemstellung	1
II.	Stand der Unternehmenskulturdiskussion	11
	1. Perspektiven und Interessen	11
	a) Perspektive der Wirtschaft	11
	b) Perspektive der Wissenschaft	20
	c) Perspektive der Unternehmensberatung	22
	2. Definitionsversuche in der Literatur	23
	a) Systematisierung von Kulturkonzepten	23
	b) Definitionen von Unternehmenskultur	27
	c) Charakteristika von Unternehmenskultur	31
	d) Elemente von Unternehmenskultur	34
	3. Kulturvermittlung durch Symbole	38
	a) Sprachliche Äußerungen	39
	b) Interaktive Äußerungen	42
	c) Materielle Äußerungen	43
	4. Abgrenzung zu verwandten Begriffen	45
	a) Organisationsklima	45
	b) Unternehmensphilosophie	47
	c) Corporate Identity	48
	5. Empirischer Zugang - Unternehmenskulturforschung	51
	a) Varianten der Unternehmenskulturforschung	51
	b) Methoden der Unternehmenskulturforschung	55
	6. Funktionen und Wirkungen	60
	a) Funktionen der Unternehmenskultur	61

b) Wirkungen der Unternehmenskultur	69
7. Gestaltbarkeit und Management	75
a) Unternehmenskultur als Managementaufgabe	75
b) Symbolisches Management	79
8. Kritik	81
III. Systemtheorie	87
1. Theorie autopoietischer Systeme	89
a) Dimensionen der Selbstreferenz	91
b) Autopoiesis	95
c) Ausdifferenzierung	98
d) Beobachtung und Beobachtung zweiter Ordnung	100
2. Soziale Systeme	103
a) Autopoiesis als soziologischer Begriff	103
b) Emergenz	106
c) Kommunikation	107
3. Gesellschaft und Funktionssysteme	110
a) Funktionale Differenzierung	110
b) Binäre Codierungen	112
c) Semantik - die Programmierung von Codes	115
4. Organisation als autopoietisches System	119
a) Mitgliedschaft	119
b) Die Autopoiesis der Organisation	121
c) Strukturen in Organisationen	123
5. Unternehmen als organisiertes Sozialsystem	125
a) Code der Wirtschaft und Unternehmen	125
b) Umwelten des Unternehmens - Märkte und Mitarbeiter	128
c) Risiken und Resonanz in Unternehmen	130
d) Die Beobachtung von Risiken	132

IV. Unternehmenskultur - ein systemtheoretisches Modell	135
1. Selbstbeschreibung, Selbstthematisierung und Autopoiesis	136
2. Unternehmenskultur - die Selbstbeschreibungs- und Selbstthematisierungskapazität des Unternehmens	140
a) Definition von Unternehmenskultur	140
b) Problemfelder der Unternehmenskultur	142
c) Funktion und Leistung	145
3. Gestaltung von Unternehmenskultur	149
a) Organisation und Selbstorganisation	149
b) Das Konzept der Kontextsteuerung	153
c) Unternehmenskulturentwicklung und Beratung	155
V. Und Kommunikationswissenschaft? (Statt eines Fazits)	159
Literaturverzeichnis	163