

Inhaltsverzeichnis

Beitrag A: Unternehmenskultur als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre (Edmund Heinen)	1
× 1. Hintergründe und Verlauf der Diskussion „kultureller“ Phänomene in Betriebswirtschaften	4
1.1 Ursprünge der „Corporate Culture“-Diskussion	4
1.2 Unternehmenskultur und Organisationstheorie	14
1.2.1 Die Kultur als „Variable“: Objektivistische Unternehmenskultur- forschung	15
1.2.2 Die Kultur als erkenntnisleitender Grundbegriff: Individualisti- sche Unternehmenskultur- forschung	16
× 2. Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre und Unterneh- menskultur-forschung	20
2.1 Ein entscheidungsorientierter Unternehmenskultur-begriff	22
2.2 Ein Vorschlag zur Typologisierung von Unternehmenskulturen	26
2.3 Grundmodelle und Unternehmenskultur	33
2.3.1 Werte und Normen im entscheidungsorientierten Grundmodell der Organisation	33
2.3.2 Werte und Normen im Führungsprozeß	37
2.4 Aufgaben der entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre in der betriebswirtschaftlichen Unternehmenskultur-forschung	39
2.4.1 Erklärungsaufgabe	39
2.4.2 Gestaltungsaufgabe	40
Beitrag B: Kulturkonzepte in der allgemeinen Kulturforschung – Grundlage konzeptioneller Überlegungen zur Unternehmenskultur (H.-Jürgen Dor- mayer/Thomas Kettern)	49
× 1. Der allgemeine Kulturbegriff	50
× 2. Ansätze zur Systematisierung unterschiedlicher Kulturkonzepte	53
2.1 Anthropologisch orientierte Klassifikationen	54
2.2 Systematisierung nach Allaire/Firsirotu	57
2.2.1 Ansätze der „Sociocultural-System“-Schulen	59
(1) Die funktionalistische Konzeption	59
(2) Der struktur-funktionalistische Ansatz	60
(3) Der ökologisch-adaptionistische Ansatz	60
(4) Der historisch-diffusionistische Ansatz	61
2.2.2 Kultur als Ideensystem	61
(1) Der kognitive Ansatz	62
(2) Der strukturalistische Ansatz	62
(3) Der Äquivalenzansatz	62
(4) Der symbolische Ansatz	63

Beitrag C: Überlegungen zur paradigmatischen Dimension der Unternehmenskulturdiskussion in der Betriebswirtschaftslehre (Christian Ochsenbauer/Bernhard Klofat)	67
1. Ein Orientierungsrahmen zur paradigmatischen Analyse alternativer Ansätze der Organisationsforschung	73
2. Die Grundlegendiskussion in der Organisationstheorie und deren grundsätzliche Beziehung zur Organisationskulturforchung	79
3. Alternativen der Organisationskulturforchung – Eine paradigmatische Analyse	87
3.1 Funktionalistisch-systemorientierte Ansätze der Organisationskulturforchung	87
3.2 Interpretative Ansätze der Organisationskulturforchung	89
3.3 Radikal-humanistische Ansätze der Organisationskulturforchung	92
3.4 Radikal-strukturalistische Ansätze der Organisationskulturforchung	94
4. Ansatzpunkte einer reflektiert funktionalistischen Unternehmenskulturforchung	96
5. Ergebnis	101
Beitrag D: Ansatzpunkte für eine Theorie der Unternehmenskultur (Bernd Gussmann/Claus Breit)	107
1. Symbole als Medien der Unternehmenskultur	109
1.1 Die Bedeutung der Sprache	111
1.1.1 Die symbolische Dimension der Sprache	111
1.1.2 Geschichten, Erzählungen und Anekdoten	113
1.1.3 Mythen	115
1.2 Symbolische Handlungsartefakte	116
1.3 Zur Entstehung und Verwendung von gemeinsamen Symbolen: Der symbolische Interaktionismus	118
2. Ansätze zur Erklärung unterschiedlicher Ausprägungen der Unternehmenskultur	121
2.1 Einflußfaktoren der Ausbildung unterschiedlicher Verankerungsgrade der Unternehmenskultur	122
2.1.1 Ausgewählte Ansätze der betriebswirtschaftlichen Organisationstheorie zu den Begriffen der Identifikation und Internalisierung	123
2.1.2 Ein Vorschlag zur Systematisierung unterschiedlicher Verankerungsgrade der unternehmensbezogenen Werte und Normen der Organisationsmitglieder	125
2.1.3 Die Bedeutung der Führung für die Entwicklung eines hohen Verankerungsgrades der Unternehmenskultur bei den Organisationsmitgliedern	127
2.2 Bestimmungsgründe des Übereinstimmungsmaßes der unternehmenskulturellen Werte und Normen einer betriebswirtschaftlichen Organisation	128

2.2.1	Bestimmungsgründe unterschiedlicher Ausprägungen unternehmensspezifischer Subkulturen	129
2.2.2	Die Bedeutung des Zielsystems der betriebswirtschaftlichen Organisation für das Übereinstimmungsmaß der Unternehmenskultur	130
2.3	Gesamtgesellschaftlicher Wertewandel und Systemkompatibilität von Unternehmenskulturen	133
Beitrag E: Unternehmenskultur und Führung betriebswirtschaftlicher Organisationen – Ansatzpunkte für ein kulturbewußtes Management (Peter Dill/Gert Hüglcr)		141
×1.	Funktionen der Unternehmenskultur	146
1.1	Originäre Funktionen	147
A.1.1	Die Koordinationsfunktion der Unternehmenskultur	147
A.1.2	Die Integrationsfunktion der Unternehmenskultur	152
A.1.3	Die Motivationsfunktion der Unternehmenskultur	154
1.2	Derivative Funktionen	157
×2.	Zielbildungs- und Zieldurchsetzungsprozesse in betriebswirtschaftlichen Organisationen aus der Perspektive der Unternehmenskultur	159
2.1	Das dreistufige Modell des Zielbildungs- und Zieldurchsetzungsprozesses in betriebswirtschaftlichen Organisationen	159
2.2	Unternehmenskultur und die Bildung genereller Oberziele	163
×2.2.1	Unternehmensgrundsätze und Unternehmensleitbilder als Grundlagen für ein Kulturmanagement	164
×2.2.2	Zum Prozeß der Einführung von Unternehmensgrundsätzen und Unternehmensleitbildern	166
2.3	Unternehmenskultur und strategische Entscheidungsprozesse	172
×2.3.1	Die Rolle der Unternehmenskultur im Rahmen von Prozessen des Entwurfs und der Bewertung von Strategien	174
×2.3.2	Die Handhabung von Misfits zwischen Unternehmenskultur und strategischen Entscheidungen	177
×2.3.2.1	Identifikation und Bewertung der aus Misfits zwischen Unternehmenskultur und Strategie resultierenden Risiken	178
×2.3.2.2	Begrenzung und Abbau von Risiken	179
×2.4	Unternehmenskultur und Mitarbeiterführung – Methoden eines kulturbewußten Managements	181
×2.4.1	Die Idee gelebter Wertsysteme	182
×2.4.2	Symbolisches Management	183
×2.4.2.1	Kommunikative Instrumente	184
×2.4.2.2	Symbolische Repräsentation	188
×2.4.3	Konsensorientiertes Management	189
×2.4.4	Werteorientiertes Human-Ressourcen Management	196
×2.4.4.1	Grundgedanken eines wertorientierten Human-Ressourcen Managements	196

→ 2.4.4.2 Strategien eines wertorientierten Human-Ressourcen Managements	197
Beitrag F: Unternehmenskultur: eine Herausforderung für die Theorie der Unternehmung? (Bernhard Dietel)	211
1. Anreiz-beitrags- und koalitionstheoretische Grundlagen einer Theorie der Unternehmung	214
2. Starke Unternehmenskulturen in einem anreiz-beitrags- und koalitionstheoretisch fundierten Modell der Unternehmung	219
2.1 Beitritts- und Beitragsleistungsentscheidungen und Unternehmenskultur	220
2.1.1 Beitrittsentscheidungen	220
2.1.2 Beitragsleistungsentscheidungen	221
2.2 Managementaufgabe und Unternehmenskultur	222
2.2.1 Zielsetzung	223
2.2.2 Rollendefinition, Rollenbesetzung und Rollenhandeln	228
× 3. Die „Botschaft“ der Unternehmenskulturdiskussion: Management of Evolution	233
Beitrag G: Ansatzpunkte für eine Abgrenzung des Begriffs Unternehmenskultur anhand der Betrachtung verschiedener Kulturebenen und Konzepte der Organisationstheorie (Matthias Fank)	239
1. Stand der Unternehmenskulturdiskussion	240
2. × Ebenen der Kulturbetrachtung	245
3. Einordnung des Begriffs Unternehmenskultur	248
3.1 > Unternehmenskultur versus Organisationsklima	249
3.2 > Unternehmenskultur versus Corporate Identity	252
3.3 × Unternehmenskultur versus Organisationales Lernen	255
Sachverzeichnis	263