

Inhalt

Vorwort: Warum dieses Buch?	9
-----------------------------------	---

TEIL I

EINE THEORIE UND DIE FOLGEN

Kapitel 0

Unternehmenskultur: das Problemlösungsprogramm von Unternehmen	13
---	----

Kapitel 1

Unternehmenskultur: mehr als eine nützliche Metapher in der Betriebswirtschaftslehre?	24
--	----

1.1 Die Entdeckung der »weichen Erfolgsfaktoren«: Zur Karriere des Konzepts »Unternehmenskultur«	24
1.2 »Unternehmenskultur«: Systematisierungsversuche	27
1.2.1 Funktionalistische Konzepte	27
1.2.2 Symbolische Konzepte	30
1.2.3 Kulturanthropologische Konzepte	31
1.2.4 Strukturfunktionalistische Konzepte	34
1.2.5 Selbstorganisations-Konzepte	37
1.3 Zwischenfazit: Konvergenzen und Probleme	39

Kapitel 2

Beobachten, Kommunizieren, Entscheiden: Unternehmen als Prozess-Systeme	44
2.1 Beobachtungsperspektiven	44
2.2 Entscheidungen im Unternehmen	45
2.2.1 Die Organisation von Unternehmen	48
2.3 Kommunikation im Unternehmen	50
2.4 Beobachten im Unternehmen	58
2.4.1 Beobachten und Wirklichkeit: ein erkenntnistheoretisches Intermezzo	59
2.4.2 Reizvokabel »Wirklichkeitskonstruktion«	61
2.4.3. Fazit: Unternehmen als Prozess-Systeme	66

<i>Kapitel 3</i>	
Kultur als Programm	70
3.1 »Kultur« hat Konjunktur	70
3.2 Der Argumentationsansatz	71
3.3 Wirklichkeitsmodelle	75
3.4 »Kultur« als Programm	77
3.5 Differenzierungen	82
3.5.1 Zwischenfazit	87
3.6 Konsequenzen	89
3.7 Problem-Auflösungen	95
3.8 Zur Zugänglichkeit von »Kulturen«	96
3.9 Medien und Modi von Kulturalität	100
3.10 »Kulturwandel«	104
3.11 Fazit	106

Kapitel 4

Unternehmenskultur als Problemlösungsprogramm von Unternehmen	108
4.1 Die »Sinnmaschine« Unternehmen	108
4.2 Unternehmenskultur-Programm: Zur Implementierung eines Konzepts	112

Kapitel 5

Unternehmenskultur-Programm	119
5.1 Unternehmenskultur und Bewusstheit	119
5.2 Zur Trägerschaft von Unternehmenskultur	121
5.3 Subkulturen	122
5.4 Unternehmen und Umwelt	126
5.5 Zur Veränderbarkeit von Unternehmenskulturen: Modelle und Mechanismen	127
5.6 Unternehmenskultur und Unternehmenskommunikation ...	147
5.7 Zur Rolle der Medien für die Unternehmenskultur	161
5.8 Unternehmenskultur, Moral und Gefühl	166

Kapitel 6

Fazit	176
-------------	-----

TEIL II
»DROP YOUR TOOLS«?
ZUM GESTALTENDEN UMGANG
MIT UNTERNEHMENSKULTUR-PROGRAMMEN

Kapitel 7

Unternehmensleitbilder: Dokumente guter Absichten	185
7.1 Konsequenzen	185
7.2 Soll ist nicht gleich Ist	186

Kapitel 8

Zur Ermittelbarkeit von Unternehmenskulturen	197
8.1 Beobachtungsparadoxien	197
8.2 Ein Verfahrensvorschlag	198
8.3 Interviewleitfaden zur Bewusstmachung von Unternehmenskultur	200

Kapitel 9

Der Veränderungskomplex	213
9.1 Ohne Krise kein Wandel	213
9.2 Kein Wandel ohne Krise	215
9.3 Veränderungsprozesse: Grundsätze	222
9.4 Wider den Konsenszwang	224
9.5 Zu einigen Vorteilen des Programm-Modells von Kultur	226
9.6 Eine Nachbemerkung	228

Anlagen	229
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	236
Literatur	237
Namenregister	252