

Inhalt

Vorwort	I
Einleitung in die Idee und den Aufbau des Buches	1
1 Wertschöpfung mit Kultur	1
2 Kultur bestimmt den nächsten industriellen Entwicklungszyklus.....	2
3 Moderne Unternehmen sind Kulturunternehmen.....	3
4 Pragmatische Kultur	4
5 Sechs Einwände gegen Kultur als Managementaufgabe	5
6 Lösungen für Kultur	7
7 Wirkung von Kultur im Unternehmen.....	7
8 Beitrag der Kulturperspektive.....	8
9 Wie Kultur funktioniert	8
10 Wie Kultur verändert werden kann.....	9
11 Gebrauch des Buches	10
Erstes Kapitel	
Einige Hauptgesichtspunkte,	
warum Kultur entscheidet.....	11
12 Was ist Kultur?.....	11
13 Kulturmerkmale drücken Sinn und Bedeutung aus.....	12
14 Kultur verstehen	15
15 Postmoderne Unternehmen.....	16
16 Kultur und Kontingenz	18
17 Jedes Unternehmen hat seine besondere Kultur.....	20
18 Wertbeitrag von Kultur.....	21
19 Campuskultur Google.....	22
20 Kultur statt weiche Faktoren.....	23
21 Kritik der Betriebspsychologie	25
22 Culture Burn Out – Ausbrennen der Kultur.....	26
23 Kultur (k)ein Thema für Management?	27
24 Interesselosigkeit an Kultur	28
25 Fehlschlüsse über Kultur führen zu Enttäuschungen	29
26 Enrons Diamanten.....	31
27 Wettbewerb der Kulturen	31
28 Firmenübernahme als Kulturgewinn	33
29 Kulturelle Bildung im Management	34
30 Unternehmen werden Kulturunternehmen	35

Zweites Kapitel

Wie Kultur entscheidet,

und welchen Beitrag sie leistet	37
31 Strategisches Management ist der Ausgangspunkt.....	37
32 Alignment von Strategie, Struktur und Kultur.....	39
33 Metapher für Kultur.....	41
34 Funktionale und dysfunktionale Kultur.....	42
35 Kulturstudie über Unternehmen	43
36 Kultur bestimmt unsere Entscheidungen	44
37 Nutzen von Kultur.....	46
38 Dienstleistungskultur.....	47
39 Kultur macht einen Unterschied	48
40 Unternehmen sind kulturelle Errungenschaft	49
41 Kulturelle Relativität und universelle Werte.....	50
42 Romeo und Julia für Eingeborene	52
43 Globale Orte	53
44 Absolutismus und Fundamentalismus	54
45 Kultur ist imperialistisch	55
46 Der Westen hat gewonnen.....	56
47 Kulturelle Wende in Wissenschaft und Management.....	57
48 Kulturverantwortung des Managements	59
49 Glaube an die Kultur	60
50 Veränderung als Wert.....	61
51 Leistung von Kultur sind gute Entscheidungen	63
52 Offenheit, Liberalität und Reichhaltigkeit.....	64
53 Rendite kultureller Werte.....	66
54 Soziale Verantwortung als Kulturmerkmal	67
55 Globale Kultur der Verantwortung.....	69
56 Managementfragen für Kultur	70
57 Kultur ist eine unternehmerische Entscheidung.....	72

Drittes Kapitel

Wie Kultur in Unternehmen funktioniert	75
58 „Culture eats Strategy“	75
59 Kulturformel $f(c)=r$	76
60 Wie kulturelle Muster entstehen	77
61 Wie Werte funktionieren	78
62 Werte sind die Kondensationskerne der Kultur	80
63 Erfolgsmuster sind der Ausgangspunkt für Kulturentwicklung.....	82

64	Wert der Bestechung	83
65	Formelle oder informelle Kultur	84
66	Danke Amerika	85
67	Beschreibung von Kulturtypen	86
68	Starke Kultur und harte Jungs	88
69	Leistungskultur funktioniert in Amerika Anfang der neunziger Jahre	90
70	Paradox der Leistung	91
71	Bewusste und unbewusste Kulturmerkmale	92
72	Kulturkonflikte in Familienunternehmen	94
73	Kultur wird in Geschichten erzählt	96
74	Erlebnisse sind die Grundlage der Kultur	98
75	Kulturelle Identität ist Zugehörigkeit zu einer Geschichte.	99
76	Tabus müssen gezielt gebrochen werden	100
77	Ungeschriebene Regeln der Macht	101
78	Kultur als Marke	102
79	Gefahren der Kulturperspektive im Management	104

Viertes Kapitel

Kultur führen: Wie Kultur geführt,

gestaltet und verändert werden kann		107
80	Einführung der „Kultur“ in das Unternehmen	107
81	Kontextmanagement der Kultur	109
82	Kultur statt Dressur im Unternehmen	110
83	Starbucks – ein Kulturgeschäft	111
84	Produkte als kulturelle Artefakte	112
85	Wie Führungskräfte etwas über die Kultur ihres Unternehmens erfahren können	113
86	Messungen hinken der aktuellen Kulturentwicklung immer hinterher	114
87	Samoa	116
88	Messen als Managementintervention	117
89	Direkter und indirekter Weg der Kulturveränderung	119
90	Leitbilder funktionieren oft nicht	120
91	Kultur durch Vorbild führen	121
92	Führung erzählt Geschichten	122
93	Culture Leadership – Kultur führen	123
94	Wie sich Kultur verändert	124
95	Wie lange braucht Kulturveränderung?	125
96	Fünf Phasen der Kulturveränderung	127

97	Fehlschlüsse der Kulturveränderung	128
98	Kulturveränderung mit Geschichten	129
99	Prozess der geplanten Kulturveränderung	130
100	Welche Geschichten wirksam sind	132
101	Bausatz für Kulturveränderung.....	133
102	Kulturveränderung in Aktion.....	135
103	Integration von Unternehmenskulturen bei einer Fusion... ..	137
104	Evaluation von Kulturveränderung.....	139
105	Erfolgsfaktoren für Kulturveränderung.....	139
106	Rollout neuer strategischer Unternehmenswerte.....	141
107	Diversität und kulturelle Integration	142
108	Kulturperspektive für Veränderungen.....	143
109	Veränderungskultur verwirklichen	144
110	Corporate Identity: Design und Kultur treffen sich	146
111	Ästhetische Merkmale mit Bildern finden	147
112	Kunstwerke im Unternehmen sind mehr als Statussymbole	149
113	Schönheit und Genuss als Maßstab	150
114	Kulturelle Kompetenz	151
115	Der kulturelle Imperativ	153
Personen und Schriften		155
Dank.....		161
Zum Autor		162

Kultur entscheidet

Kulturelle Muster in Unternehmen erkennen und
verändern

Loebbert, M.

2015, XII, 162 S., Hardcover

ISBN: 978-3-658-07775-4