

Florian Gerbig

Entwicklung und Pflege einer Unternehmenskultur

Ein ernst zu nehmender Erfolgsfaktor für mittelständische Unternehmen?

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2002 Diplom.de
ISBN: 9783832457426

Florian Gerbig

Entwicklung und Pflege einer Unternehmenskultur

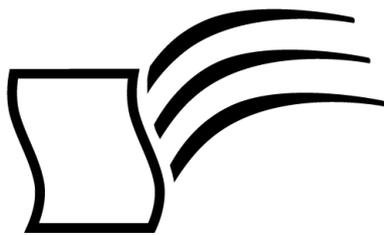
Ein ernst zu nehmender Erfolgsfaktor für mittelständische Unternehmen?

Florian Gerbig

Entwicklung und Pflege einer Unternehmenskultur

Ein ernst zu nehmender Erfolgsfaktor für mittelständische Unternehmen?

Diplomarbeit
an der Fachhochschule Gießen-Friedberg
Juli 2002 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH ———
Hermannstal 119k ———
22119 Hamburg ———

Fon: 040 / 655 99 20 ———
Fax: 040 / 655 99 222 ———

agentur@diplom.de ———
www.diplom.de ———

ID 5742

Gerbig, Florian: Entwicklung und Pflege einer Unternehmenskultur - Ein ernst zu nehmender Erfolgsfaktor für mittelständische Unternehmen?

Hamburg: Diplomica GmbH, 2002

Zugl.: Gießen, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2002

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2002

Printed in Germany

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	3
Abkürzungsverzeichnis	4
1. Einleitung	5
2. Was ist eigentlich Unternehmenskultur?	8
2.1. Allgemeiner Kulturbegriff	8
2.2. Begriff der Unternehmenskultur	9
2.2.1. Ebenen der Unternehmenskultur	11
2.2.2. Bausteine der Unternehmenskultur	13
2.3. Abgrenzung zu verwandten Begriffen	15
3. Bedeutung der Unternehmenskultur	17
3.1. Funktionen der Unternehmenskultur	17
3.1.1. Originäre Funktionen	17
3.1.2. Derivative Funktionen	21
3.2. Stellenwert weicher Faktoren	22
4. Ausgewählte Ansätze zur Typologisierung von Unternehmenskultur	25
4.1. Ansatz von Handy	25
4.2. Ansatz von Pümpin	28
4.3. Ansatz von Deal/ Kennedy	29
5. Entstehung und Weiterentwicklung von Unternehmenskultur	33
5.1. Einflussfaktoren	33
5.1.1. Interne Faktoren	33
5.1.2. Externe Faktoren	35
5.2. Kulturgestaltung	37
5.3. Ziele	42

5.4. Instrumente	44
5.4.1. Human Resources-Management	45
5.4.2. Symbolisches Management	49
5.4.3. Kommunikation	50
5.4.4. Organisatorische Maßnahmen	53
5.4.5. Unternehmensleitbild	54
6. Unternehmenskultur im Mittelstand	57
6.1. Begriffliche Eingrenzung des mittelständischen Unternehmens	57
6.2. Strukturelle und organisationale Merkmale des mittelständischen Betriebes	59
6.2.1. Unabhängigkeit und rechtlich-finanzielle Struktur	59
6.2.2. Führungsorganisation	60
6.2.3. Personalwesen	62
6.2.4. Soziale Struktur und Betriebsgemeinschaft	64
6.3. Der mittelständische Unternehmer	65
6.4. Reflexion der mittelständischen Unternehmenskultur	67
7. Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor mittelständischer Betriebe	70
7.1. Was ist Unternehmenserfolg?	70
7.2. Die Interdependenz von Strategie, Kultur und Erfolg	71
7.3. Unternehmenskultur – ein bedeutender Erfolgsfaktor für Mittelbetriebe	73
7.4. Wettbewerbsvorteile durch eine zukunftsorientierte Unternehmenskultur	76
8. Zusammenfassung	80
Literaturverzeichnis	82
Versicherung	90

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ebenen der Unternehmenskultur	12
Abb. 2: Typen der Unternehmenskulturen nach Deal/Kennedy	31
Abb. 3: Wechselseitige Einflussnahme	37
Abb. 4: Arten der aktiven Kulturgestaltung	41
Abb. 5: Maßnahmen des Symbolischen Managements	50
Abb. 6: Merkmale schnell und langsam wachsender Unternehmen	77

Abkürzungsverzeichnis

AG Aktiengesellschaft

BJU Bundesverband Junger Unternehmer

BMBF Bundesministerium für Bildung und Forschung

BMWI Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

CI Corporate Identity

EDV Elektronische Datenverarbeitung

FuE Forschung und Entwicklung

IT Informationstechnologie