

Unternehmenskultur

Die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen

Wer die Wirtschaft nicht kulturell zu verstehen lernt, kann langfristig die Wirtschaft weder verstehen noch wirtschaftlichen Erfolg haben. So lautet das Resultat dieser kommunikationswissenschaftlichen Analyse von Prozessen, die wir 'Unternehmen' nennen. Dabei geht es nicht um eine Alternative zur Analyse der wirtschaftlichen Seite von Unternehmen, sondern um deren Fundierung. 'Die Kultur' eines Unternehmens – so der Grundgedanke dieses Buches – sollte nicht als ein Bereich oder eine Komponente betrachtet werden; vielmehr gilt es zu sehen, daß ein Unternehmen nur dann funktioniert, wenn es über ein konsistentes Programm der Selbststeuerung bzw. der Lösung seiner zentralen Probleme verfügt. Dieser Grundgedanke legt die Theoriestrategie nahe, nicht von für kulturell gehaltenen Phänomenen auf 'die Kultur' zu schließen, sondern das Programm zu ermitteln, durch dessen Anwendung Phänomene erzeugt werden, die die Beteiligten für kulturell halten. Im ersten Teil wird die bisher in der Betriebswirtschaftslehre geführte Debatte nachgezeichnet und kritisch kommentiert, um eine Differenzfolie für kommunikationswissenschaftliche Problemlösungs-angebote zu bekommen. Daß die Auseinandersetzung mit der betriebswirtschaftlichen Debatte keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, versteht sich dabei angesichts der Literaturlage von selbst. Weniger selbstverständlich ist der Umfang der Theoriearbeit, der in den folgenden Kapiteln geleistet wird. Er ergibt sich aus dem Befund, daß die bisherige Debatte über Unternehmenskultur fast ausnahmslos mit Konzepten zentraler Begriffe (vor allem von Kultur und Kommunikation) gearbeitet hat, die weder hinreichend begründet noch im jeweiligen Begriffskontext verortet worden sind. Im zweiten Teil wird dann versucht, Vorschläge zum gestaltenden Umgang mit Unternehmenskulturen auszuarbeiten. Diese kommunikationswissenschaftlichen Vorschläge sind von ganz anderer Art als die üblicherweise von klassischen Unternehmensberatern unterbreiteten. Sie geben keine Empfehlungen, sondern verhelfen dem Unternehmen dazu, seine Situation selbst zu erkennen und seine Probleme selbst zu lösen. Eine nicht allein wirtschaftlich, sondern auch kulturell verstandene Unternehmenskultur sichert die Identität, die Effizienz, die Dynamik und die Krisenkompetenz eines Unternehmens und konstituiert damit erst seine Markt- wie seine Markenfähigkeit. Mit anderen Worten, die Unternehmenskultur bildet die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.



39,90 €
37,29 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783934730755
Medium: Buch
ISBN: 978-3-934730-75-5
Verlag: Velbrück
Erscheinungstermin: 12.05.2004
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2004
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 380 g
Seiten: 280
Format (B x H): 140 x 222 mm

