

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 <i>Kulturelle Relativität und universelle Werte</i>	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	<i>Corporate Identity: Design und Kultur treffen sich</i>	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