

# Literaturverzeichnis

*Balzer, A.; Nölting, A.:* Reiche Schlucker, Unternehmensfusionen, in: *manager magazin*, Juni 1998

*Bate, P.:* *Strategies for Cultural Change*, Oxford 1994

*Deal, T. E./Kennedy, A. A.* *Corporate Cultures: The Rites und Rituals of Corporate Life*, Reading / Mass. 1982

*Dettmer, M.:* Schöne neue Arbeitswelt, in: *Der Spiegel*, 26/1999

*Dollinger, M.:* Lernen von den Besten: Welche Führungskultur macht wirtschaftlich erfolgreich?, in: *management & training*, 2/2000

*Gausemeier, J./Fink, A.:* Führung im Wandel. Ein ganzheitliches Modell zur zukunftsorientierten Unternehmensgestaltung, München 1999

*Gleißner, W.:* *Faustregeln für Unternehmer*, Wiesbaden 2000

*Gleißner, W./Weissmann, A.:* *Kursbuch Unternehmenserfolg. 10 Tipps zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes*, Offenbach 2001

*Herzberg, F.:* *The Motivation to work*, New York 1956

*Hornig, F.:* »König der Gummibärchen«, in: *Der Spiegel*, 4/2000

*Horx, M.:* *Trendbuch 2, 3. Auflage*, Düsseldorf 1998

*Jenner, Th.:* *Determinanten des Unternehmenserfolges*, Stuttgart 1999

*Kaplan, R. S.; Norton, D. P.:* *The Balanced Scorecard – Translating Strategy into Action*, Boston 1996

*Kobi, J.-M./Wüthrich, H.A.:* Unternehmenskultur verstehen, erfassen und gestalten, Landsberg/Lech 1986

*Linxweiler, R.:* Marken-Design, Wiesbaden 1999

*Linxweiler, R.:* BrandScoreCard, Groß-Umstadt 2001

*Müller von Blumencron, M.; Pauly, Chr.:* Kapitalismus ohne Gesicht, in: Der Spiegel, 7/1999, S. 84 ff.

*Noll, P./Bachmann, H. R.:* Der kleine Machiavelli, München 2001

*Pauly, Chr., Reuter, W.:* Die Sprache des Dollar, in: Der Spiegel, Nr. 2, 2000

*Pflaum, D., Linxweiler, R.:* Public Relations der Unternehmung, Landshut 1998

*Sebald, D.:* Lebenssaft Information, in: managerseminare, 39/1999

*Simon, H.:* Unternehmenskultur und Strategie. Herausforderungen im globalen Wettbewerb, Frankfurt / M. 2001

*Schiessl, M.:* Am Leben und am Leckern, in: Der Spiegel, 8/2000, S. 106

*Shell Jugendstudie* [www.shell-jugend2000.de](http://www.shell-jugend2000.de)

*Teerlink, R.:* Der neue Führungsstil bei Harley-Davidson, in: Harvard Business Manager, 6/2000

*Walter, H.:* Handbuch Führung. Der Werkzeugkasten für Vorgesetzte, Frankfurt / M. 1999

*Weissmann, A./Feige, J.:* Sinnergie. Wendezeit für das Management, Zürich 1997

# Stichwortverzeichnis

## A

Aktionskultur 74, 85 f.  
Änderungsstrategie 132  
Anpassungs- oder  
Flexibilitätsstrategie 133  
Außenkultur 70, 73  
Aussitzerstrategie 133

## B

Balanced ScoreCard 111,  
121, 136 f.  
Balanced-ScoreCard-  
Prozess 135  
Betriebsklima 56, 135  
Branchenkultur 76

## C

Cash cows 98  
Change Management 42  
Change Strategy 133  
Claims 57  
company culture 98  
Core Values 123  
Corporate Culture 70, 98  
Corporate Image 70  
Corporate Philosophy  
123

Corporate Strategy 123  
Corporate Values 123  
Cultural Changements 122  
Culture ScoreCard® (CSC®)  
115, 121 f., 124, 135, 138  
Culture-Change-Projekte  
133  
Culture-Check 111  
Culture-Coaching-Prozesse  
133–136  
Culture-ScoreCard®-Prozess  
119, 134, 136  
CultureSWOT-Analyse  
120, 128 f., 131

## D

Dienstleistungskultur 97  
Differenzierung 32  
Diversity 22

## E

Eigenverantwortung 87  
Eisberg-Analogie 60  
Erfolgs- oder  
Fortschrittskontrolle 134  
Erfolgsfaktor Mensch 51  
Erfolgsfaktoren, informell  
138

## **F**

Faktor Mensch 52  
Farben 36  
Feedback 48  
Fischerwerke 87 f.  
flache Hierarchien 42  
formelle Hierarchien  
32  
Führungskultur 45, 49,  
71, 140  
Führungskultur-Analysen  
45  
Führungsprozess 26, 45  
Führungsstil 72  
Führungsverständnis 45  
Fusionsbeispiele 27  
Fusionskultur 20 f.  
Fusionspläne 28

## **G**

Gewinnerkulturen 150  
Globalisierung 30 f.  
Gütezeichen 102

## **H**

Handlungsorientierung  
65  
Haribo 78, 80  
hidden success factor  
109

## **I**

Imitationskultur 82  
Informationskulturen 31  
Infusionskultur 26  
Innenkultur 70, 73  
Innovation 84, 87  
Innovations- und  
Aktionskultur 73  
Innovationskultur 67 ff.,  
74, 87  
Intranets 40

## **K**

Kernwerte 49  
KISS 102  
KISS-Formel 101, 103,  
106, 110, 112  
Knowledge-Managements  
45  
Kommunikation 65  
Kommunikationsinstru-  
mente 24  
Kommunikationskultur,  
globale 38  
Kommunikationsprozess  
39  
Kommunikationsstile 31  
Kommunikationsstrategien,  
externe und interne 38  
Konfusionskultur 26  
Kontinuitäts-Strategie 133

Kontrolle zur  
 Eigenverantwortung 44  
 Kontrollmechanismen 82  
 Kultur 61  
 Kulturausprägungen  
 77, 91  
 Kulturbox 77  
 Kultur-Check 115  
 kulturelle Faktoren 103,  
 111, 115, 125 f., 131  
 – (Stärke-Schwäche-  
 Analyse) 130  
 kulturelle Kompetenz 14  
 kulturelle Konflikte 14  
 kultureller Sinn 77  
 Kulturentwicklungs-  
 prozess 146  
 Kulturfusion 20 f.  
 Kultur-Gurus 103  
 Kulturkompetenz 13  
 Kulturkräfte 75  
 Kulturkreise 37  
 Kulturmerkmale,  
 gelebte 53  
 Kulturmilieu 67 f., 75, 76  
 Kulturprobleme,  
 externe 32  
 Kulturschock 30  
 Kultur-Strategien 132  
 Kulturtechniken 14  
 Kulturtypen 98  
 Kulturwandel 30  
 Kulturwerte 65

Kurzkulturprofil 146  
 Kurz-Unternehmensprofil  
 93

## L

Leistungsanreize 138  
 Leitlinien 58  
 Lernkultur 95  
 lose-lose-Kulturen 66  
 Loyalität 47

## M

Makrokulturen 75  
 Management,  
 wertorientiertes 10  
 Markenstrategie 37  
 Me-too-Denken 82  
 Mikroulturen 75  
 Misstrauen 44  
 Mitarbeiter 57  
 Mitarbeiterführung 52  
 Mitarbeiterkulturen 71  
 Mitarbeitertyp 52  
 Mitunternehmer 44  
 mitverantwortlich 49  
 Mitverantwortung 65  
 Motivation 122

## N

Neuorganisation, intern 42

## O

Offenheit 47  
Organisationsveränderungen 42

## P

Philipp Kotler 32  
Poor dogs 98  
Prinzip Mitverantwortung 49  
Process culture 98  
Prozessebene 117  
Prozesskette 42 f.  
Prozessorientierung 44

## Q

Quantensprung im Denken 43  
Question marks 98  
Quick Check 139, 143

## R

Reaktionskultur 67 ff., 74, 82 f., 86  
Religion 33  
Rituale 67, 140  
ROI 126

## S

Sanktionsmechanismen 135  
ScoreCard 135  
Sitten und Gebräuche 33  
Slogan 56  
sozialer Wandel 14  
Sprache 34  
Stagnationskultur 67 ff., 74  
Standardisierung 32  
Stars 98  
Statussymbole 33  
Strategie 61  
Strategie und Kultur 11  
Struktur, informell 32  
Struktur-Ebene 116  
Subkultur 22

## T

Teamgeist 57  
Teamkultur 95  
Technologien 38  
technologischer Wandel 16  
Theodore Levitt 31  
Tierdarstellungen 35  
Tough guy culture 98  
Traditionskultur 67 ff., 74, 78  
Transaktionen 28

## U

- Überkultur 22
- ungeschriebene Regeln 58
- unsichtbare Kraft 58
- Unternehmenskultur 41, 91, 145
- Unternehmensleitbild 88
- Unternehmenswerte 27

## V

- Variablen der Kulturfusion 21
- Veränderungskultur 96
- Verdrängungswettbewerb 19
- Verhaltensweisen 67
- Vertrauenskultur 44, 96
- Vier-Schritte-Quick-Check 139
- Visionen 87

## W

- Wandel der Werte 17
- Weiterbildung 51
- Werte 66 f., 80, 89, 91
- Wertschätzung 47
- Wettbewerbsvorteil 151
- win-win 66
- Win-Win-Prinzip 44
- Wir-Gefühl 56
- Wissenskultur 97
- Work hard – play culture 99

## Z

- Zauderkultur 82
- Ziele, kulturbezogene 132
- Zielformulierung 131
- Zusammenwirken, funktionsübergreifendes 42

# Die Autoren

## **Jill Schmelcher**

Befasst sich als Unternehmensberaterin, Vortragsreferentin und Autorin seit über 15 Jahren vorwiegend mit den Themen Persönlichkeitsentwicklung, Führung, Mitarbeiter, Changeprozesse und Organisation sowie Unternehmenskulturentwicklung. Sie ist Partnerin in der international tätigen Future Value Academy und stellvertretender Vorstand der FutureValue Group AG, einem Beratungsunternehmen, das auf Basis der Verbindung von Wert und Werten auf die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes spezialisiert ist. Jill Schmelcher ist Autorin zahlreicher Veröffentlichungen.



## **Marion Witte**

Diplom-Betriebswirtin und Inhaberin eines Unternehmens für Training und Managementberatung. Nach ihrer kaufmännischen Ausbildung war sie als Leiterin Aus- und Weiterbildung bei der Karstadt AG tätig. Danach studierte sie Betriebswirtschaft mit Schwerpunkten in Personalwirtschaft und Marketing in Pforzheim und Saarbrücken. Seit über zehn Jahren berät und trainiert Marion Witte Kunden aus Großindustrie, Softwareindustrie und Neuen Medien sowie Banken und Versicherungen in Rhetorik, Kommunikation, Verhalten, Changemanagement, Teamentwicklung, Persönlichkeitsentwicklung und Innovation.



## **Richard Linxweiler**

Diplom-Designer und Diplom-Kaufmann, Professor für Markenführung, Kommunikation und Marketing an der Hochschule Pforzheim. Er hat langjährige Praxiserfahrung in der Industrie und berät Unternehmen in den Bereichen Design, Kreativität, Design-Management, Marken-Führung und Marketing-Management.

