

Kai-Ingo Voigt

Unternehmenskultur und Strategie

Grundlagen des
kulturbewußten Managements

DeutscherUniversitäts Verlag

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung und Problemstellung	1
2. Unternehmensstrategie	5
2.1 Synoptisch-rationaler Planungsansatz	5
2.1.1 Grundgedanke und Kennzeichnung	5
2.1.2 Prozeß und Methodik der strategischen Planung	9
2.1.3 Möglichkeiten und Grenzen der synoptisch-rationalen Strategieplanung	33
2.2 Inkrementale Elemente der strategischen Planung	34
2.3 Formuliert versus "formierte" (emergente) Strategien	36
2.4 Evolutionäre Strategien und evolutionäres strategisches Management	37
3. Unternehmenskultur	40
3.1 Begriffliche Grundlagen und wissenschaftliche Ansätze	40
3.1.1 Definition	40
3.1.2 Der funktionalistische Ansatz: Unternehmen "haben" Kulturen	41
3.1.3 Der interpretative Ansatz: Unternehmen "sind" Kulturen	42
3.2 Ist- und Soll-Kultur der Unternehmung	47
3.2.1 Vorbemerkung	47
3.2.2 Diagnose der Ist-Kultur	48
3.2.3 Abweichungen von der Soll-Kultur	60
4. Die Beziehungen zwischen Unternehmensstrategie und Unternehmenskultur	65
4.1 Die Erfolgsinterdependenz zwischen Strategie und Kultur	65
4.1.1 Grundüberlegung	65
4.1.2 Portfoliostrategien und Unternehmenskultur	68
4.1.3 Generische Wettbewerbsstrategien und Unternehmenskultur	75
4.1.4 Multinationale Strategievarianten und Unternehmenskultur	78

- 4.2 Die Soll-Kultur prägt die formulierte Unternehmensstrategie. 82
- 4.3 Auch die Ist-Kultur prägt die Unternehmensstrategie. 84
- 4.4 Die Strategie prägt die Ist- und die Soll-Kultur. 87

- 5. Kulturbewußtes evolutionäres Management und "Harmonisierung"
von Strategie und Kultur als permanente Führungsaufgaben. 90
 - 5.1 Das Aufgabenspektrum. 90
 - 5.2 Die Abstimmung von Strategie und Kultur im Zeitablauf. 93
 - 5.3 Zusammenfassung. 98

- Summary. 101
- Anmerkungen. 102
- Literaturverzeichnis. 105
- Glossar. 117