

Reihe: Planung, Organisation und Unternehmensführung • Band 88

Herausgegeben von Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Köln, Prof. Dr. Winfried Matthes, Wuppertal, Prof. Dr. Udo Winand, Kassel, Prof. (em.) Dr. Joachim Griese, Bern, Dr. Harald F. O. von Kortzfleisch, Kassel, PD Dr. Ludwig Theuvsen, Göttingen, und Prof. Dr. Andreas Al-Laham, Stuttgart

Dr. Carolina Catrin Schnitzler

# Unternehmenskultur in Internet-Unternehmen

**Gestaltungsmöglichkeiten durch  
Gründer und Führungskräfte**

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1</b>	<b>Die Berg- und Talfahrt der Internet Ökonomie.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2</b>	<b>Der Faktor Mensch in der Internet Ökonomie.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3</b>	<b>Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....</b>	<b>17</b>
<b>2</b>	<b>THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN.....</b>	<b>23</b>
<b>2.1</b>	<b>Internet Ökonomie.....</b>	<b>25</b>
2.1.1	Definition Internet Ökonomie.....	26
2.1.2	Entstehung und Verbreitung des Internets.....	27
2.1.3	Rahmenbedingungen der Internet Ökonomie.....	28
2.1.4	Internet Geschäftsmodelle.....	50
2.1.5	Marked Based vs. Resource Based View.....	62
2.1.6	Zusammenfassung.....	67
2.1.7	Ableitung der Hypothesen zur Internet Ökonomie.....	68
<b>2.2</b>	<b>Unternehmenskultur.....</b>	<b>71</b>
2.2.1	Unternehmenskultur und Unternehmenserfolg.....	72
2.2.2	Kategorisierung von Kulturansätzen in der Organisationstheorie.....	76
2.2.3	Kriterien zur Auswahl des Kulturansatzes für die vorliegende Arbeit.....	83
2.2.4	Der dynamische Kulturansatz nach Schein.....	86
2.2.5	Adaption des dynamischen Kulturansatzes für die vorliegende Arbeit.....	100
2.2.6	Zusammenfassung.....	104
2.2.7	Ableitung der Hypothesen zur Unternehmenskultur.....	106
<b>2.3</b>	<b>Unternehmenskultur in Internet Unternehmen.....</b>	<b>107</b>
2.3.1	Unternehmenskultur von Internet Unternehmen.....	108
2.3.2	Maßnahmen zur Kulturgestaltung durch Gründer/Vorstände in der Gründungsphase.....	123
2.3.3	Kritische Würdigung der Beiträge zur Unternehmenskultur in Internet Unternehmen.....	130
2.3.4	Zusammenfassung.....	131
2.3.5	Ableitung der Hypothesen zur Unternehmenskultur in der Internet Ökonomie.....	132
<b>3</b>	<b>DIE EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG ALS ERKLÄRUNGSANSATZ..</b>	<b>135</b>
<b>3.1</b>	<b>Hypothesen und Forschungslogik.....</b>	<b>136</b>

3.1.1	Zusammenfassung der Hypothesenableitung.....	137
3.1.2	Forschungslogik.....	139
<b>3.2</b>	<b>Untersuchungsdesign.....</b>	<b>142</b>
3.2.1	Untersuchungsgegenstand.....	142
3.2.2	Untersuchung der Themenrelevanz für die Praxis.....	146
3.2.3	Selektion der untersuchten Unternehmen.....	146
3.2.4	Instrumente zur Datenerhebung.....	147
3.2.5	Auswertungsmethodik.....	162
3.2.6	Repräsentativität der Untersuchung.....	167
3.2.7	Zusammenfassung des Untersuchungsdesigns.....	167
<b>3.3</b>	<b>Empirische Ergebnisse.....</b>	<b>169</b>
3.3.1	Charakteristika der Internet Ökonomie.....	169
3.3.2	Definition und Bedeutung von Unternehmenskultur.....	176
3.3.3	Kulturmerkmale von Internet Unternehmen.....	183
3.3.4	Maßnahmen zur Kulturgestaltung durch Gründer/Vorstände in der Gründungsphase.....	208
3.3.5	Zukünftige Herausforderungen für Internet Unternehmen und deren Auswirkung auf die Unternehmenskultur.....	216
3.3.6	Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse.....	219
<b>4</b>	<b>SCHLUSSFOLGERUNGEN.....</b>	<b>221</b>
<b>4.1</b>	<b>Abgleich der empirischen Ergebnisse mit den theoretischen Ausführungen</b>	<b>222</b>
4.1.1	Charakteristika der Internet Ökonomie.....	222
4.1.2	Definition und Bedeutung von Unternehmenskultur.....	224
4.1.3	Kulturmerkmale von Internetunternehmen.....	225
4.1.4	Maßnahmen zur Kulturgestaltung durch Gründer/Vorstände in der Gründungsphase.....	229
4.1.5	Schlussfolgerung und weiterer Forschungsbedarf.....	231
<b>4.2</b>	<b>Handlungsempfehlungen.....</b>	<b>234</b>
4.2.1	Kundenorientierung.....	235
4.2.2	Innovation.....	238
4.2.3	Geschwindigkeit.....	240
4.2.4	Mitarbeiterorientierung.....	242
4.2.5	Wirtschaftlichkeit.....	245
4.2.6	Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen.....	247
	<b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>249</b>
	<b>ANHANG.....</b>	<b>270</b>