

Iris Landenberger

Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor

**Betrachtung anhand
des Möbelkonzerns IKEA**

VDM Verlag Dr. Müller

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	11
Abkürzungsverzeichnis	13
1. Einleitung	15
2. Begriffliche Grundlagen und Verständnis von Unternehmenskultur	21
2.1 Der Kulturbegriff	21
2.1.1 Kulturdefinitionen	21
2.1.2 Merkmale von Kultur	23
2.2 Begriff der Unternehmenskultur	24
2.2.1 Begriffsabgrenzung	25
2.2.2 Das kulturelle Schachtelmodell	29
2.2.3 Das Kulturebenenmodell von Schein	30
2.2.3.1 Artefakte	31
2.2.3.2 Werte und Normen	32
2.2.3.3 Grundannahmen	32
3. Ausprägungen von Unternehmenskultur	35
3.1 Eigenschaften der Unternehmenskultur	35
3.1.1 Starke und schwache Unternehmenskultur	35
3.1.2 Subkulturen	36
3.2 Typologisierungen von Unternehmenskultur	37
3.2.1 Allgemeiner Typologisierungsansatz	38
3.2.2 Typologisierung nach Ansoff	38
3.2.3 Typologisierung nach Deal/Kennedy	41
3.2.3.1 Die Tough-Guy-Macho-Culture	42
3.2.3.2 Die Work-hard/play-hard-Culture	43
3.2.3.3 Die Bet-your-Company-Culture	44
3.2.3.4 Die Process-Culture	44
3.2.4 Typologisierung nach Heinen	45
3.3 Gestaltbarkeit von Unternehmenskultur	50
3.3.1 Gestaltungsansatz nach Neuberger/Kompa	51
3.3.1.1 Macheransatz	51
3.3.1.2 Gärtneransatz	52
3.3.1.3 Krisenansatz	52
3.3.1.4 Autonomieansatz	52
3.3.2 Grenzen der Gestaltbarkeit	53

3.4 Auswirkungen einer ausgeprägten Unternehmenskultur ...	55
3.4.1 Positive Effekte	55
3.4.2 Negative Effekte	56
4. Stellung von Unternehmenskultur im Unternehmen	59
4.1 Verhältnis von Unternehmenskultur und Unternehmensaufbau	59
4.2 Funktionen einer Unternehmenskultur	62
4.2.1 Originäre Funktionen.....	63
4.2.1.1 Koordinationsfunktion.....	63
4.2.1.2 Integrationsfunktion.....	64
4.2.1.3 Motivationsfunktion.....	65
4.2.2 Derivative Funktionen.....	66
4.3 Einfluss der Unternehmensführung auf die Unternehmenskultur	67
4.4 Interdependenz von Unternehmenskultur und -strategie ...	73
5. Unternehmenskultur in der Praxis – der Möbelkonzern IKEA ..	79
5.1 Das Unternehmen	79
5.1.1 Entstehung und Geschichte.....	80
5.1.2 Das IKEA Konzept.....	83
5.1.3 Der Gründer Ingvar Kamprad	87
5.2 Symbole und Zeichen.....	90
5.2.1 Corporate Identity	91
5.2.1.1 Logo und Symbole.....	91
5.2.1.3 Einrichtungshäuser.....	93
5.2.1.4 Katalog.....	96
5.2.1.5 Dress Code	97
5.2.2 Ursprungsland Schweden.....	97
5.2.3 Produkte und Verpackung	100
5.2.4 Unternehmensleitsprüche / Werbung	102
5.2.5 Geschichten.....	103
5.2.6 Feiern und Aktionen	105
5.3 Einstellungen, Werte und Normen	108
5.3.1 Mitarbeiter	108
5.3.2 Kunden.....	114
5.3.3 Umweltbewusstsein	116
5.3.4 Soziales Engagement	117

5.4 Grundannahmen	119
5.4.1 Soziale Beziehungen.....	120
5.4.2 Menschliches Handeln.....	120
5.4.3 Umwelt	121
5.4.4 Wahrheit	123
5.4.5 Natur des Menschen	123
5.5 Das Testament eines Möbelhändlers	126
6. Schlussbetrachtung	134
Literaturverzeichnis	138