

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIX</b>
<b>Symbolverzeichnis .....</b>	<b>XXI</b>
<b>1 Problemstellung und Motivation .....</b>	<b>1</b>
1.1 Unternehmenszusammenschlüsse .....	2
1.1.1 Grundlagen .....	2
1.1.2 Erfolgskontrolle bei Unternehmenszusammenschüssen .....	10
1.1.3 Die Rolle der Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor von Unternehmenszusammenschüssen .....	12
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	16
<b>2 Die Unternehmenskultur .....</b>	<b>19</b>
2.1 Merkmale von Kultur und Unternehmenskultur .....	19
2.2 Die Rezeption des Kulturbegriffs in den Wirtschaftswissenschaften .....	22
2.2.1 Ursprünge der Unternehmenskultur in der Organisationstheorie .....	22
2.2.1.1 Historische Schule und Wirtschaftsstile .....	22
2.2.1.2 Firmen- und Unternehmerge schichte .....	23
2.2.1.3 Betriebsgemeinschaft .....	24
2.2.1.4 Die Betriebswirtschaftslehre nach Gutenberg .....	26
2.2.1.5 Human-Relations-Bewegung und Organisationstheorien .....	26
2.2.2 Kulturvergleichende Managementforschung .....	30
2.2.3 Kulturforschung und Systematisierungskonzepte aus benachbarten Wissenschaftsdisziplinen .....	32
2.2.3.1 Anthropologischer Ansatz .....	33
2.2.3.2 Kulturanthropologisch-organisationstheoretischer Ansatz .....	34
2.2.3.3 Kulturanthropologisch-soziologischer Ansatz .....	35

2.3	Definition der Unternehmenskultur.....	36
2.3.1	Grundsätzliche Betrachtungsweisen von Unternehmenskultur.....	36
2.3.2	Das Modell der Unternehmenskultur nach Schein.....	38
2.4	Funktionen der Unternehmenskultur.....	42
2.5	Abgrenzung der Unternehmenskultur gegenüber artverwandten Begriffen .....	46
<b>3</b>	<b>Ansätze zur Konzeptualisierung und Operationalisierung der Unternehmenskultur .....</b>	<b>49</b>
3.1	Qualitative versus quantitative Erhebungsmethodik zur Erfassung der Unternehmenskultur .....	49
3.1.1	Qualitative Erhebungsmethoden.....	53
3.1.2	Quantitative Erhebungsmethoden.....	54
3.1.3	Implikationen für die vorliegende Untersuchung.....	55
3.2	Grundlagen der Konzeptualisierung und Operationalisierung theoretischer Konstrukte .....	56
3.3	Ansätze zur Konzeptualisierung und Operationalisierung in der Literatur.....	58
3.3.1	Kurzbeschreibung der Ansätze.....	59
3.3.2	Zusammenfassung .....	85
3.4	Entwicklung eines neuen Messkonzeptes zur Operationalisierung der Unternehmenskultur .....	90
3.4.1	Konzeptualisierung und Operationalisierung der Dimensionen.....	91
3.4.1.1	Dimension „Entscheidungsprozesse und Führungsstil“ .....	94
3.4.1.2	Dimension „Ergebnis- und Karriereorientierung“ .....	94
3.4.1.3	Dimension „Mitarbeiterorientierung“ .....	95
3.4.1.4	Dimension „Entlohnungsgerechtigkeit“ .....	96
3.4.1.5	Dimension „Problemlösungsverhalten“ .....	97
3.4.1.6	Dimension „Arbeitsklima i.e.S.“.....	98
3.4.1.7	Dimension „Wettbewerbsorientierung“ .....	99
3.4.1.8	Dimension „Kundenorientierung“ .....	100

3.4.1.9	Dimension „Unternehmensumwelt“ .....	101
3.4.1.10	Dimension „Artefakte“ .....	101
3.4.2	Aufbau des Fragebogens .....	102
<b>4</b>	<b>Empirische Überprüfung des Operationalisierungsvorschlags.....</b>	<b>104</b>
4.1	Datenerhebung und Datengrundlage .....	104
4.2	Methodische Vorbemerkungen .....	109
4.2.1	Allgemeine Gütekriterien einer Messung.....	110
4.2.1.1	Objektivität.....	110
4.2.1.2	Reliabilität.....	112
4.2.1.3	Validität.....	113
4.2.2	Reliabilitäts- und Validitätskriterien der ersten Generation .....	118
4.2.3	Reliabilitäts- und Validitätskriterien der zweiten Generation .....	119
4.2.3.1	Lokale Anpassungsmaße.....	121
4.2.3.2	Globale Anpassungsmaße.....	124
4.2.3.3	Beurteilung der Diskriminanzvalidität.....	126
4.2.3.4	Zusammenfassung der Gütekriterien und Probleme bei ihrer Anwendung .....	128
4.2.4	Weitere Vorgehensweise bei der empirischen Analyse .....	129
4.3	Untersuchung der einzelnen Dimensionen der Unternehmenskultur .....	133
4.3.1	Dimension „Entscheidungsprozesse und Führungsstil“ .....	133
4.3.2	Dimension „Ergebnis- und Karriereorientierung“ .....	138
4.3.3	Dimension „Mitarbeiterorientierung“ .....	141
4.3.4	Dimension „Entlohnungsgerechtigkeit“ .....	145
4.3.5	Dimension „Problemlösungsverhalten“ .....	146
4.3.6	Dimension „Arbeitsklima i.e.S.“ .....	150
4.3.7	Dimension „Wettbewerbsorientierung“ .....	155
4.3.8	Dimension „Kundenorientierung“ .....	158
4.3.9	Dimension „Unternehmensumwelt“ .....	159
4.3.10	Dimension „Artefakte“ .....	161

---

4.4	Untersuchung des Gesamtmodells .....	163
4.4.1	Überprüfung auf Modellmodifikationen .....	163
4.4.2	Gütekriterien für das Gesamtmodell .....	169
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse und Anwendungsempfehlungen</b> .....	<b>173</b>
<b>Anhang</b> .....		<b>181</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....		<b>227</b>