

SIERS &
COLLEGEN



2. Studie Kulturlotse zur pro-aktiven Entwicklung der Unternehmenskultur

Durchgeführt vom Fachbereich Interkulturelle Wirtschaftskommunikation der Uni Jena und der Siers & Collegen GmbH

Juli 2014

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

das Thema Unternehmenskultur ist mittlerweile in aller Munde. Jeder redet darüber, jedoch könnte dieses Thema nicht kontroverser betrachtet werden. Manche sind auf der Suche nach DER optimalen Unternehmenskultur, einige versuchen ihre eigene Kultur erst einmal präzise zu beschreiben, andere diese zu verändern und wieder andere sehen das Thema Unternehmenskultur als Trendwort für etwas Selbstverständliches an, was man schon immer hatte, immer haben wird und zurzeit einfach überbewertet ist.

Jedes Unternehmen hat eine eigene Kultur . Doch was bedeutet dies für mich? Hilft es mir zu wissen, was ich für eine Art von Unternehmenskultur in meinem Unternehmen habe? Kann ich damit überhaupt etwas Konkretes anfangen? Gibt es so etwas wie DIE Zielkultur – das Optimum unter allen Kulturen?

Diese Studie soll Ihnen dabei helfen etwas Licht ins Dunkel zu bringen. Sie soll Ihnen helfen, das Thema Unternehmenskultur im Allgemeinen, sowie ihre Auswirkungen und Einfluss auf das Unternehmen, sowie dessen Produktivität bzw. Erfolg aufzuzeigen.

Sollten Sie schon für das Thema Unternehmenskultur sensibilisiert sein und sich eventuell schon dezidiert mit diesem auseinandersetzen, soll Ihnen diese Studie neue Impulse und Anregungen geben.

Die Realisierung der Studie erfolgt in Kooperation der Unternehmensberatung Siers & Collegen GmbH und des Fachbereichs Interkulturelle Wirtschaftskommunikation der Friedrich-Schiller Universität Jena. Die vorliegende Dokumentation fokussiert wesentliche Kernergebnisse.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre. Für einen vertiefenden Austausch sprechen Sie uns gerne an.

Düsseldorf, Juli 2014



Carsten Siers



Dhani Bendig

- I. Executive Summary und Einleitung
- II. Kerninhalte der Studie
- III. Fazit
- IV. Ansprechpartner und Kontakt

Executive Summary

1 Die Unternehmenskultur ist bereits heute eine entscheidende Säule des Erfolgs,...
... wird aber in der Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen, sagen ganze 80% der Entscheider










2 Eine erfolgreiche Umsetzung von Strategien funktioniert nur,...
... wenn man Struktur und Kultur vernetzt

3 Erfolgreiche Führungskräfte von heute benötigen...
... ein klares Rollenverständnis, sowie eine kontinuierliche Selbstreflektion

4 Eine erfolgreiche Umsetzung von Veränderungsprozessen...
... funktioniert nur, wenn die Mitarbeiter emotional mitgenommen werden

5 Der Wunsch nach einer größtenteils einheitlichen Unternehmenskultur...
... nimmt mit dem Grad der Herausforderung des Umfeldes zu

Die Kernergebnisse der Studie Kulturlotse

-  1. Die Unternehmenskultur hat entscheidenden Einfluss auf den Unternehmenserfolg
-  2. Unternehmenskulturen müssen pro-aktiv gestaltet werden
-  3. Top Umsetzer - Benchmark – Ausrichtung der umsetzungsstarken Unternehmen
-  4. Großer Stellhebel für die pro-aktive Kulturentwicklung ist die Führungskraft
-  5. Rolle und Haltung der Führungskraft sind der Schlüssel zum Erfolg
-  6. Culture eats strategy for breakfast
-  7. Internationalisierungs Benchmark – Was international besonders umsetzungsstarke Unternehmen ausmacht
-  8. Attraktivitäts- & emotionale Bindung Benchmark – Was attraktive Unternehmen kulturell ausmacht
-  9. Diversity - Unternehmen fokussieren sich in der Praxis ganz pragmatisch

Ansprechpartner und Kontakt

Zu Inhalten der Studie:

Siers & Collegen GmbH
Rheinhöfe
Reisholzer Werftstraße 31
40589 Düsseldorf

Tel. +49 211 / 82 80 57 20
Fax. +49 211 / 82 80 57 29

www.siers-collegen.com
www.vertriebskultur.com



Carsten Siers
Geschäftsführer
Siers & Collegen GmbH

carsten.siers@siers-collegen.com



Christian Sögtrop
Geschäftsführer
Siers & Collegen GmbH

christian.soegtrop@siers-collegen.com



Dhani Bendig
Berater
Siers & Collegen GmbH

dhani.bendig@siers-collegen.com

Zur Durchführung und Auswertung der Studie:

**Fachgebiet Interkulturelle
Wirtschaftskommunikation**
Friedrich-Schiller-Universität Jena
Ernst-Abbe-Platz 8
07743 Jena
www.uni-jena.de



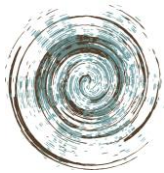
Jun. Prof. Dr. Daniela Gröschke

Tel. +49 3641 / 94 43 73
Fax. +49 3641 / 94 43 72

daniela.groeschke@uni-jena.de

Kooperationspartner der Studie

SIERS &
COLLEGEN



Die Spezialisten für ganzheitliche Beratung und Qualifizierung im Vertrieb und Kultur. Die Vernetzung rationaler und emotionaler Faktoren zu einem schlüssigen Gesamtkonzept sind die Stärken der Unternehmensberatung mit Sitz in Düsseldorf.

Das Dienstleistungsspektrum zeichnet sich durch die kontinuierliche, enge Verknüpfung von Beratung und praktischer Umsetzung ins Tagesgeschäft.

Beide Geschäftsführer – ebenso wie alle Berater, Coaches und Trainer in unserem Team – hatten selbst Führungspositionen im Vertrieb inne und verfügen über langjährige Erfahrung in der Beratung & Qualifizierung. Eine der Kernkompetenzen ist die Zusammenarbeit hervorragender Spezialisten aus verschiedenen Disziplinen.

Interkulturelle
Wirtschaftskommunikation



Das Fachgebiet Interkulturelle Wirtschaftskommunikation (IWK) der Universität Jena wurde 1992 gegründet. Es ist mit drei Professuren, 16 wissenschaftlichen Mitarbeitern, etwa 15 Lehrbeauftragten und über 1.000 Studierenden eine der größten Einrichtungen seiner Art.

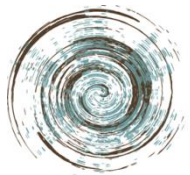
2006 wurde es „für das beste Konzept zur nachhaltigen interkulturellen Kompetenzentwicklung“ mit dem "Deutschen Arbeitgeberpreis für Bildung" ausgezeichnet, 2011 mit dem Innovationspreis "Exzellenz in der Lehre" des Deutschen Stifterverbands für die Wissenschaft.

Herausgegeben von der Siers & Collegen GmbH in Kooperation mit dem Fachbereich Interkulturelle Wirtschaftskommunikation der Friedrich-Wilhelm-Universität Jena.

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, Mikroverfilmung, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung der Autoren nicht gestattet.

Meinungsbeiträge geben die Meinung der Autoren wieder.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in diesem Text durchgehend die maskuline Form verwendet. Selbstverständlich sind jeweils beide Geschlechter gemeint.



SIERS &
COLLEGEN



Interkulturelle
Wirtschaftskommunikation

Friedrich-Schiller-Universität Jena