



3. STUDIE KULTURLOTSE

Zur pro-aktiven Entwicklung der Unternehmenskultur

Durchgeführt vom Fachbereich Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
der Friedrich-Schiller-Universität Jena und der Siers & Collegen GmbH

Vorwort

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Begriffe wie Unternehmenskultur, Change Management oder Digitalisierung begegnen einem kontinuierlich. Egal ob in Print- oder digitalen Medien, man hat keine „Möglichkeit“ mehr an diesen Themen vorbei zu kommen.

Doch woran liegt das eigentlich? Hat sich auf einmal alles geändert? Gab es diese Themen denn früher nicht? Wieso sind sie jetzt so populär?

Genau hier setzt die Studie an. Sie soll Ihnen helfen besser zu verstehen, warum das Thema Unternehmenskultur immer wichtiger wird. Sie soll Ihnen helfen die Zusammenhänge eindeutiger zu machen, die Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg zu sehen und den wesentlichen Punkt hinter all dem aufzeigen. Den Menschen!

Die Studie wird durch den Fachbereich Interkulturelle Wirtschaftskommunikation der Friedrich-Schiller- Universität Jena und der Unternehmensberatung Siers & Collegen erstellt. Bei dem vorliegenden Exemplar handelt es sich, aufgrund der hohen Nachfrage, bereits um die dritte Auflage seit dem Jahr 2013. Die Dokumentation fokussiert sich auf die wesentlichen Kerneergebnisse und enthält partielle Lösungsansätze. Selbstverständlich ist es aufgrund der unterschiedlichen und komplexen Unternehmenssituationen essenziell, dass die jeweiligen Ergebnisse individuell und situativ angepasst werden. Dies adressieren wir gerne mit Ihnen in einem persönlichen Gespräch.

Ziele der Studie:

- Wichtiger Wegweiser und Impulsgeber für das Top Management, um zukünftige Aktivitäten optimal auszurichten
- Transparenz über Maßnahmen und Aktivitäten der Top Umsetzer im Vergleich zu Low Umsetzern erhalten

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



Carsten Siers



Dhani Bendig



Index

01

Einleitung

Steckbrief Kulturlotse

02

Kerninhalte der Studie

1. Culture eats strategy for breakfast
2. Die Erfolgsgene der Top Umsetzer im Bereich Unternehmenskultur
3. Digitalisierung ist am Ende des Tages auch nur Change Management
4. Qualifizierung als Basis für die erfolgreiche Umsetzung
5. Exkurs: Arbeitszeitmodelle als Grundlage der Flexibilisierung

03

Ansprechpartner & Kontakt

Ihre Ansprechpartner zur Studie



Executive Summary

01

Culture eats strategy for breakfast,...

... wird in der täglichen Praxis kontinuierlich zu DEM strategischen Kernthema

02

Die Erfolgsgene der Top Umsetzer im Bereich Unternehmenskultur...

... zeigen, dass Unternehmenskultur systematisch und proaktiv entwickelt werden kann und muss

03

Digitalisierung ist am Ende des Tages auch nur Change Management...

... und erfordert somit eine klare Verzahnung von Struktur und Kultur

04

Qualifizierung als Basis für die erfolgreiche Umsetzung...

... erfordert ein verzahntes, systematisches Vorgehen

05

Exkurs: Arbeitszeitmodelle als Grundlage der Flexibilisierung...

... und in enger Verzahnung zum Thema Unternehmenskultur



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



Carsten Siers
Geschäftsführer
Siers & Collegen GmbH
carsten.siers@siers-collegen.com



Dhani Bendig
Senior 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



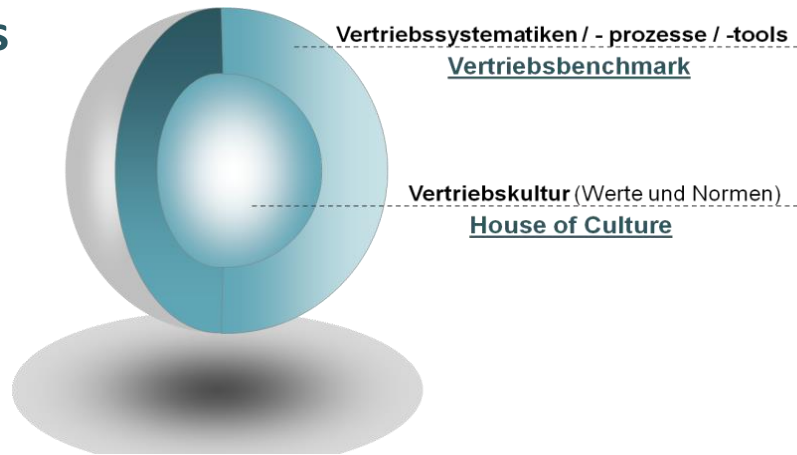
Prof. Dr. Daniela Gröschke
Tel. +49 3641 / 94 43 73
Fax. +49 3641 / 94 43 72
daniela.groeschke@uni-jena.de



Siers & Kollegen:

Mit systematischer Vernetzung von Struktur & Kultur zu mehr Erfolg

Praxiserprobtes Konzept



Top Consultant Zertifizierung



Starke Referenzen



Hochschulkooperation mit der Universität Jena



Methodisches Vorgehen

In Kooperation mit der Siers & Kollegen GmbH hat der Fachbereich Interkulturelle Wirtschaftskommunikation der Friedrich-Schiller-Universität Jena diese 3. Studie „Kulturlotse 2018“ durchgeführt. Die Grundgesamtheit besteht aus deutschen Unternehmen, die mindestens 250 Mitarbeiter beschäftigen.

Auswahlbasis für die Stichprobenziehung war die Bisnode-Firmen-Datenbank. Die Probanden in der Stichprobe erhielten einen schriftlichen Fragebogen. Die Zielpersonen im Unternehmen waren die erste Führungsebene. Der Rücklauf erreichte 87 verwertbare Fragebögen. Die Fragebögen wurden anonym unter Verwendung der Software SPSS ausgewertet.

Darüber hinaus sind in die Auswertung Erkenntnisse aus zahlreichen Changeprojekten eingeflossen, um die Ergebnisse der Befragung mit weiteren Detailinformationen zu untermauern.



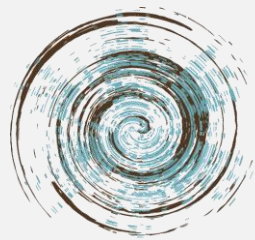
Herausgegeben von der Siers & Collegen GmbH in Kooperation mit dem Fachbereich Interkulturelle Wirtschafts-kommunikation der Friedrich-Wilhelm-Universität Jena.

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