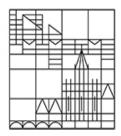
Universität Konstanz



Internationales Forschungsprojekt:

Zur interdependenten Konstitution von Unternehmenskultur, Corporate Identity und Wirtschaftsethik

Ein Kulturvergleich symbolischer und normativer Integration im Automobilsektor

Dr. Jochen Dreher (Universität Konstanz)

Projektkonzeption

Die Zielsetzung des geplanten sozialwissenschaftlichen Forschungsprojekts, das bei der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) beantragt wird, besteht in der Analyse der Herausbildung von Unternehmenskultur, Corporate Identity und Wirtschaftsethik in drei unterschiedlichen Wirtschaftsunternehmen der Automobilbranche; die Studie wird sich vergleichend auf die Daimler AG, Toyota und General Motors (GM) konzentrieren. Obwohl es sich bei den zu untersuchenden Unternehmen um transnationale Konzerne handelt, kann davon ausgegangen werden, dass die Unternehmenskultur, Corporate Identity und eine besondere Wirtschaftethik von der jeweiligen Landeskultur – der deutschen, japanischen und USamerikanischen – geprägt sind, in welcher das entsprechende Unternehmen seinen Ursprung hatte.

Der im Projekt durchgeführte Kultur- bzw. Unternehmensvergleich wird sich nicht nur auf die Besonderheiten der Unternehmenskultur, Corporate Identity und einer entsprechenden Wirtschaftsethik bei der Daimler AG, Toyota und General Motors konzentrieren, sondern vor allem auch grundsätzliche Zusammenhänge zwischen Unternehmenskultur, Corporate Identity und Wirtschaftsethik sozialwissenschaftlich analysieren. Dabei ist entscheidend, dass aus soziologischer Sicht der individuelle Mitarbeiter aus einem bestimmten kulturellen Kontext als Teil eines Unternehmens im Zentrum der Analyse steht, d.h., dass individuelle Akteure – im vorliegenden Falle insbesondere Führungskräfte – in ihrer Beziehung zur Organisation fokussiert werden.

Folgende soziologische Fragenstellungen ergeben sich im Rahmen der Projektkonzeption:

Wie wird eine spezifische Unternehmenskultur abhängig vom jeweiligen landeskulturellen -

vereinfacht formuliert deutschen, japanischen bzw. US-amerikanischen - Kontext herausge-

bildet? Wie erfolgt die Identifikation einzelner Mitarbeiter mit dem Unternehmen und wie wird

ein Zusammenhalt in der Organisation erzeugt? Wie wird eine spezifische Corporate Identity

wiederum ausgehend von einem kulturellen Kontext für die Repräsentanten des Unterneh-

mens und für einen globalen Markt etabliert? Welche Wertvorstellungen, welche wirtschafts-

ethischen Überlegungen sind für die Repräsentanten dieser Unternehmen wichtig? Inwiefern

erfolgt eine Orientierung an marktwirtschaftlichen Interessen bzw. wann werden diese ge-

sellschaftsdienlichen Interessen untergeordnet? Oder ist möglicherweise festzustellen, dass

beide Orientierungen, die nach einer völlig unterschiedlichen Logik funktionieren, sich positiv

ergänzen?

Während der Projektvorbereitung im Jahre 2008 wird Dr. Jochen Dreher Interviews mit Füh-

rungskräften (unterschiedlicher Hierarchieebenen) und Betriebsräten bei der Daimler AG,

General Motors und Toyota und durchführen. Diese explorative Phase dient der Organisation

und Planung des internationalen Forschungsprojektes und -netzwerkes, das mit der renom-

mierten Waseda University in Tokio, Japan sowie einer weiteren potentiellen Partneruniversi-

tät in den USA zusammenarbeiten wird.

Dr. Jochen Dreher

Sozialwissenschaftliches Archiv Konstanz

Universität Konstanz

Fachbereich Geschichte und Soziologie

Postfach D 35

D-78457 Konstanz

Tel.: (+49 7531) 88-23 42 od. 33 99

Fax: (+49 7531) 88-31 56

Email: Jochen.Dreher@uni-konstanz.de

Homepage: http://www.uni-konstanz.de/soziologie/archiv2/

2