

Szene

<http://www.marketingverband.de>
E-Mail: info@marketingverband.de

MC Karlsruhe

Kooperation statt Fusion – Spielraum für Unternehmenskultur

Welche Rolle spielen Unternehmens- und Landeskultur bei Unternehmenszusammenschlüssen? Sollten die unterschiedlichen Kulturen integriert werden oder sollte man diese parallel zueinander bestehen lassen? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des Vortrags von Silke Grosse-Hornke, die sich mit ihrer Unternehmensberatung auf das Thema der Kulturintegration spezialisiert hat.

Joachim Tatje, der den Vortragsabend für den Marketing-Club Karlsruhe initiiert hatte, führte mit ersten Praxisbeispielen und interessanten Fragen in die Thematik ein. Wie gut hat zum Beispiel die Zusammenführung der Unternehmenskulturen bei der Dresdner und der Commerzbank funktioniert? Was ist bei der Übernahme von Hochtief durch die spanische ACS in Bezug auf die Landeskulturen zu beachten?



Spezialistin für Unternehmenskultur:
Silke Grosse-Hornke

Die Teilnehmer diskutierten intensiv aktuelle Beispiele sowie eigene Erfahrungen mit Fusionen und Übernahmen und die Auswirkungen der zum Teil sehr verschiedenen Unternehmenskulturen auf den Integrationserfolg. Klar wurde, dass man nicht unbedingt Mitarbeiter eines beteiligten Unternehmens sein muss, um zu bemerken, dass zusammengefügt werden soll, was nicht unbedingt zusammengehört. Wie eine Studie der Unternehmensberatung Grosse-Hornke Private Consult zeigte, wird die Kundensicht in der Situation von M&A häufig stark vernachlässigt. Selbst bei DAX-30-Unternehmen wird zwar die Kulturintegration sowohl für die Mitarbeiter als auch für die Kunden als wichtiger Erfolgsfaktor gesehen, in der Praxis köchelt das Thema vielfach jedoch nur auf Sparflamme. Die Unzufriedenheit oder gar Abwanderung von Kunden kann die Folge sein.

Angeregt diskutiert wurde auch über den Einfluss der Landeskultur auf die Unter-

nehmenskultur, denn interkulturelle Zusammenarbeit ist im heutigen Arbeitsalltag Normalität. Hier liegen häufig nicht zu unterschätzende Hürden und Missverständnisse, die eine länderübergreifende Kulturintegration erschweren können.

News: Berichte der Clubs

Neues aus den Marketing-Clubs ab

Seite 69

Die Übersicht aller Veranstaltungen der Marketing-Clubs für November 2011 und die Kontaktdaten erhalten Sie als Service unter www.marketingverband.de und im PDF-Format unter www.absatzwirtschaft.de/club-termine

Impressum

Redaktion: Matthias Glotz
E-Mail: info@marketingverband.de
<http://www.marketingverband.de>