

# Der aufregende Weg zum Ziel

Was ich unter dem Begriff Mythos suchte und fand, waren Sinn, Authentizität, Begeisterung und Faszination. Der Stoff also, aus dem Motivation und Identifikation gemacht sind – und der Unternehmenskultur so wertvoll macht.

Der Weg zum Ziel war aufregend und steinig. Ich stolperte über die vielfältigen Definitionen des Mythos in der Unternehmenskulturliteratur und in anderen Geisteswissenschaften. Schließlich gelang es aber, die einzelnen Bausteine zu einem begehbaren Gedankengebäude zusammenzufügen. Es erlaubt interessante Ausblicke!

Ich danke den Inhabern der Springer & Jacoby Werbung GmbH & Co. KG, der C. Bechstein Pianofortefabrik AG und der Adolf Würth GmbH & Co. KG sowie ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen für ihr Vertrauen und ihre Offenheit.

Ich danke Prof. Volker Riegger für seinen kompetenten Rat in der Entstehungs- und Umsetzungsphase des Mythos-Konzeptes und Prof. Dr. Michael Hoffmann für viele anregende Gespräche.

Mein ganz besonderer Dank gilt meinem Mann Helge Leiberg, der das Projekt von Anfang an mit seiner Begeisterung und Zuversicht stärkte.

Berlin, März 2009     Silvia Zulauf