

Offen für Neues?

Immer noch die schönste Form der Kommunikation:
das persönliche Gespräch.

Wir freuen uns auf Sie!

Erfolgsfaktor Wertekultur

Ein innovatives Thema für die
Unternehmensberichterstattung

WORKSHOP



Was hat die gelebte Wertekultur eines Unternehmens mit seinem Erfolg zu tun? Und wie sieht eine aussagekräftige Berichterstattung über das „Wertekapital“ aus?

Kommen Sie zu unserem Workshop,
dann erfahren Sie es!

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG
Rentzelstraße 10a
20146 Hamburg

Ansprechpartner: Peter Poppe, Geschäftsführung

Tel: 040-414613-12
Mail: poppe@hgb.de
Web: www.hgb.de

Deep White GmbH
Kurt-Schumacher-Str. 2
53113 Bonn

Ansprechpartner: Gregor Schönborn, Geschäftsführung

Tel: 0228-184979-0
Mail: gregor.schoenborn@deep-white.com
Web: www.deep-white.com



HGB
Die Spezialisten.

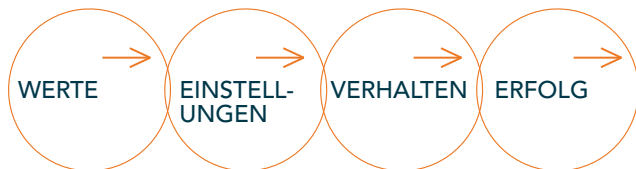
Der „Wert“ der Unternehmenswerte

Der Wettbewerbs- und Erfolgsdruck für die Unternehmen nimmt zu und die Möglichkeiten der Kostensteuerung sind begrenzt. Da wird die Frage nach den immateriellen Einflussgrößen wie wissensintensive Prozesse, Kreativität und Innovationsfähigkeit immer wichtiger. Damit rücken auch die Werte und die damit verbundene Unternehmenskultur – wie etwa Identifikation, Motivation und Kooperationsfähigkeit – als Erfolgsfaktoren in den Fokus. Die Wertekultur erfolgreicher Unternehmen gilt als schwer imitierbarer Wettbewerbsvorteil. Kultur kann nicht verordnet, aber langfristig gestaltet werden. Wissenschaftliche Studien haben grundlegende Wirkungsfaktoren identifiziert und zeigen, dass 30 Prozent des wirtschaftlichen Erfolgs eines Unternehmens nachweislich im Zusammenhang mit der gelebten Wertekultur steht. Sie hat über Einstellung, Motivation und Leistungsorientierung einen Einfluss auf den Wertbeitrag der Mitarbeiter und damit langfristig eine Wirkung auf die Wertschöpfung und den Unternehmenswert. Sie ist damit Teil der immateriellen Vermögenswerte und stellt „Wertekapital“ dar.

Das Wertekapital Statement im Geschäftsbericht

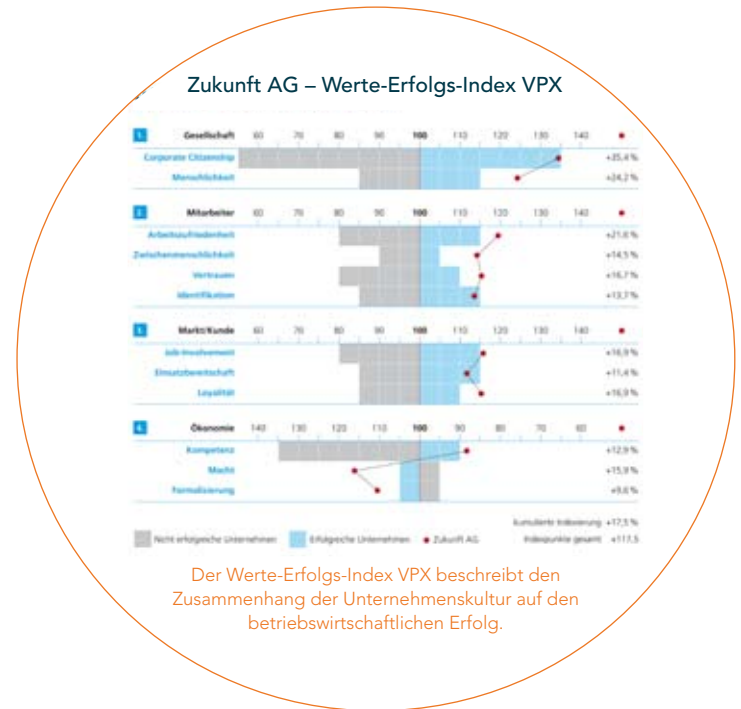
Private und institutionelle Investoren, die an der langfristigen Stabilität der finanziellen Performance eines Investments interessiert sind, fragen neben den Bilanz- und Marktanalysen inzwischen auch nach den erfolgskritischen, immateriellen Faktoren wie Nachhaltigkeit und Wertekultur. Führende internationale Aufsichtsgremien unterstützen die Kundenansprüche und fordern zusätzliche Informationen über immaterielle Werte als Teil der Unternehmensberichterstattung.

HGB Hamburger Geschäftsberichte und Deep White präsentieren auf der DIRK-Konferenz 2010 das „Wertekapital Statement“, das eine aussagekräftige Berichterstattung über die ökonomische Bedeutung der Wertekultur darstellt. Ein innovatives Thema für die Finanzkommunikation und den Geschäftsbericht.



Erfolg ist das Ergebnis eines Prozesses, der durch den Einfluss der Werte auf Einstellung und Verhalten der Mitarbeiter mit verursacht wird. Wertekultur als Arbeitsbedingung ist messbarer Einflussfaktor.

Werte-Erfolgs-Index (VPX) spielt eine herausragende Rolle



Der Werte-Erfolgs-Index VPX beschreibt den Zusammenhang der Unternehmenskultur auf den betriebswirtschaftlichen Erfolg.

Was die Grafik zeigt. Die abgefragten 139 Erfolgsindikatoren sind auf 12 Zielgrößen und vier strategische Perspektiven verdichtet. Die blauen Felder zeigen als Benchmark den Index „erfolgreicher Unternehmen“ und die grauen Felder den Index „nicht erfolgreicher Unternehmen“. Einzelunternehmen werden in den Profil-Vergleich zur Benchmark gestellt. Die Grafik zeigt mit roten Punkten das Profil der Unternehmenskultur der fiktiven Zukunft AG und den Zusammenhang zum Unternehmenserfolg.

Das zeigen die Wertefaktoren. Je weiter das Profil im blauen Bereich desto stärker ist der Wertefaktor ein „Erfolgstreiber“. Je weiter das Profil im grauen Bereich desto stärker ist der Wertefaktor eine „Erfolgsbremse“.

Was den Unterschied zwischen Erfolg und Nicht-Erfolg ausmacht. Der VPX zeigt erfolgsgleichendierende Werte und Werthaltungen auf. Corporate Citizenship macht dabei den größten Unterschied zwischen Erfolg oder Nicht-Erfolg aus. Ausprägte Corporate Citizenship gehört zu einer „Erfolgs-Kultur“. Macht und Formalisierung wirken gegensätzlich zu Erfolg, sie machen dagegen nur einen geringen Unterschied im Erfolgsvergleich aus.

Die Methode. Der VPX basiert auf wissenschaftlichen Kulturanalysen aus betriebsinternen Umfragen bei Führungskräften und Mitarbeitern seit 2003. Der Index-Wert umfasst 139 Werteindikatoren, die mit multivariaten Analysemethoden auf den Zusammenhang zum wirtschaftlichen Erfolg untersucht wurden. Die Größe der Unterschiede bei den Indikatoren zur Vergleichsgruppe „Gesamt“ in Kombination mit der Richtung und der Stärke des Erfolgszusammenhangs und mit der Effektstärke werden zu einem Index-Wert gebildet, der den objektiven Unternehmensvergleich anzeigt.