

Pressemitteilung

Kapitalismus-Debatte

Kapital ist nicht „gut“ oder „böse“ Vom Erfolg humanistischer Werte

Bonn, 11. Mai 2005. Die Kapitalismus-Kritik gegen Unternehmen ist als Antwort auf die Frage nach den Werten in Unternehmen ebenso falsch wie das Diktat des Shareholder Values. Kapital ist nicht „gut“ oder „böse“. Erfolg ist nicht per se unmoralisch, im Gegenteil.

Unternehmen, die den Menschen in den Mittelpunkt stellen, eine entsprechende Kultur ihrer Werte pflegen und den Mitarbeitern Raum zur Entfaltung von Ideen und Leistung bieten, haben langfristig eine höhere Wahrscheinlichkeit auf Geschäftserfolg als straffe „Performance-Jäger“. Wenn Unternehmen, die humanistische Werte leben, erfolgreicher sind als andere, dann ist deren Erfolg auch ethisch begründet. Sozial ausgerichtete Unternehmen brauchen Wachstum und Gewinne wie jedes andere Unternehmen auch, um zu bestehen.

Ein Zusammenhang zwischen bestimmten Wertekulturen und dem Geschäftserfolg ist wissenschaftlich nachgewiesen. Erfolg braucht Motivation und Leistung. Doch wie motivieren wir richtig? Nicht die Aussicht, dass das Ergebnis von Erfolg (=Geld) im Sinne von Gleichheit verteilt wird, motiviert, sondern vielmehr Gerechtigkeit im Sinne gleicher Chancen, am Erfolg mitzuwirken, selbst erfolgreich zu sein.

Eine „richtige“ Unternehmensführung stellt demnach nicht Kapitalziele als Vision oder Mission in den Vordergrund, sondern menschliche Leistungen, Produkte und Nutzen oder den Kunden. Eine solche Einstellung oder Werteorientierung hat Einfluss auf das Verhalten der Mitarbeiter und Einfluss auf das Produkt/die Leistung. Die Auswirkungen der Wertekultur als „Soft-fact“ lässt sich messen in Qualität der Arbeit, Mitarbeiterbindung, Kundenbindung und am Image des Unternehmens. Diese Faktoren haben rechenbar mit Umsätzen zu tun. Die „richtigen Werte“ haben demnach Gewinne und Wertsteigerung des Unternehmens als folgerichtiges Ergebnis.

Studie Wertekultur und Unternehmenserfolg

Die wissenschaftliche Untersuchung der gelebten Wertekulturen in über dreißig Unternehmen wurde im Jahr 2004 von Deep White in Zusammenarbeit mit dem MCM Institut der Universität St. Gallen durchgeführt. Das Ergebnis zeigt, dass die gelebte Wertekultur einen messbaren Anteil am Unternehmenserfolg hat. Ein Viertel des Geschäftserfolgs lässt sich mit der gelebten Wertekultur wissenschaftlich erklären. Eine aktuelle, ergänzende Studie wird sich auf die Erfolgsfaktoren der „Werte“-orientierten Unternehmen konzentrieren. Tugenden der Erfolg-Manager sollen identifiziert, mit konkreten Einstellungen und Verhaltensweisen als „Erfolgsfaktoren“ erklärt werden.

Kontakt:

Deep White GmbH
Geschäftsführung
Gregor Schönborn
Im Bundeshaus Bonn
Görresstraße 15
53113 Bonn

0228/184 979 -0
info@deep-white.com
www.deep-white.com