

Medium : BKU-Journal
Bund Katholischer Unternehmer e.V.
Rubrik : S. 28
Datum : 13. Juli 2005, Heft 2/2005

Aus den Arbeitskreisen

Werte - Soft Fact oder messbarer Erfolgsfaktor?

Studie untersucht den Zusammenhang - BKU-Grundsatzausschuss ruft zur Teilnahme auf

Lässt sich der Zusammenhang zwischen Werteorientierung und Unternehmenserfolg empirisch belegen? Ja, glauben die Initiatoren einer Studie, die vom BKU-Grundsatzausschuss unterstützt wird.

von Ralf Birkner

Eine breite öffentliche Wertedebatte um die Grundlagen der gesellschaftlichen Verantwortung ist in vollem Gange. Mit unterschiedlichen Konzepten und Glaubensfragen stehen sich Politik und Wirtschaft gegenüber: Shareholder Value, Kapitalismus-Kritik, Sustainability, Soziale Verantwortung ...

Gesellschaft, Wirtschaft und Politik stellen die Frage nach den „richtigen“ Werten. Werte, die in Unternehmen gelebt werden, und nach denen Mitarbeiter und Management denken und handeln, stellen einen wichtigen Faktor für den Unternehmenserfolg oder Misserfolg dar.

Kontrolle und andere Erfolgs-Killer

Die durch Macht geprägte Unternehmenskultur im mittleren Management deutscher Unternehmen erreicht vor allem eines: Es wird viel gearbeitet. Mit Pflichtgefühl, Verantwortungsbewusstsein und hohem Engagement sind 90 Prozent der Mitarbeiter bereit, mehr als nötig für den Erfolg der Firma zu tun. Doch in sechs von zehn Unternehmen überträgt das Management zu viel Verantwortung auf den Einzelnen, kontrolliert zu viel, fördert eine Arbeitskultur mit ausgeprägter Routine, setzt auf feste, hierarchische Strukturen und wirkt damit regel-

recht als „Erfolgs-Killer“.

Eine „richtige“ Unternehmensführung stellt nicht Kapitalziele als Vision oder Mission in den Vordergrund, sondern menschliche Leistungen, Produkte und Nutzen oder den Kunden. Eine solche Werteorientierung hat Einfluss auf das Verhalten der Mitarbeiter und Einfluss auf die Leistung und damit auf den Erfolg des Unternehmens.

schaftler aus Bonn und St. Gallen wollen nachweisen, dass christliche Grundsätze und Tugenden im unternehmerischen Kontext nach Erfolg versprechenden Ergebnissen ihrer bisherigen Studien einen belegbaren Zusammenhang zum Geschäftserfolg aufweisen.

Die Frage, wie stark sich der Zusammenhang zwischen gelebten Werten und Unter-

erfolgreiche Leitkultur für die Wirtschaft sein kann.

BKU-Mitglieder: wertvolle Beiträge liefern

Der BKU-Grundsatzausschuss möchte die Untersuchung in Unternehmen unterstützen. Der Ausschuss ruft daher Unternehmer aus dem Kreis der Mitglieder dazu auf, einen „wert“-vollen Beitrag



Zum Auftrag des BKU gehört seit jeher, die am christlichen Menschenbild orientierte Werte in die Wirtschaft zu tragen. Die BKU-Mitglieder sind überzeugt, dass nachhaltig erfolgreiches Wirtschaften auf der Grundlage christlicher Werte der richtige Weg ist. Wer Erfolg hat, mit und aufgrund dieser Maxime, handelt damit auch ethisch korrekt.

Die Suche nach den „richtigen Werten“

Bei der Antwort auf die aktuelle Frage nach den richtigen Werten kann eine Untersuchung unterstützen, die derzeit in Zusammenarbeit mit der Universität St. Gallen realisiert wird. Berater und Wis-

senchaftler tatsächlich darstellt, war Gegenstand einer wissenschaftlichen Grundlagenforschung von deep White und dem MCM Institut der Universität St. Gallen in 33 Unternehmen im Jahre 2004. Erstmals wurde ein messbarer Zusammenhang zwischen dem gelebten Wertesystem von Unternehmen - einzelne Werte und Wertecluster - und dem erreichten Unternehmenserfolg aufgezeigt. Wertekultur als Soft-Fact lässt sich messen in Qualität der Arbeit, Mitarbeiterbindung und Kunden-Zufriedenheit.

Die Studieninitiatoren und der BKU erwarten von den Ergebnissen den wissenschaftlichen Nachweis, dass die christliche Wertekultur eine

zur aktuellen Wertedebatte einbringen. Gemeinsames Ziel der Kooperationspartner ist eine praxisnahe Hilfestellung zum erfolgsorientierten Wertemanagement in großen und kleineren Unternehmen.

BKU-Mitglied Christiane Underberg geht mit gutem Beispiel voran und übernimmt eine Pilotfunktion, kirchliche Unternehmen haben bereits nachgezogen. Es fehlen jedoch einige engagierte Unternehmer/Manager, die bereit sind, ihre gelebte Wertekultur durch eine firmeninterne Befragung mit geringem Zeitaufwand und einer pauschalen Kostenbeteiligung in ihrem Unternehmen erfassen zu lassen.

Weitere Informationen und Kontaktdaten finden Sie unter www.deep-white.com.