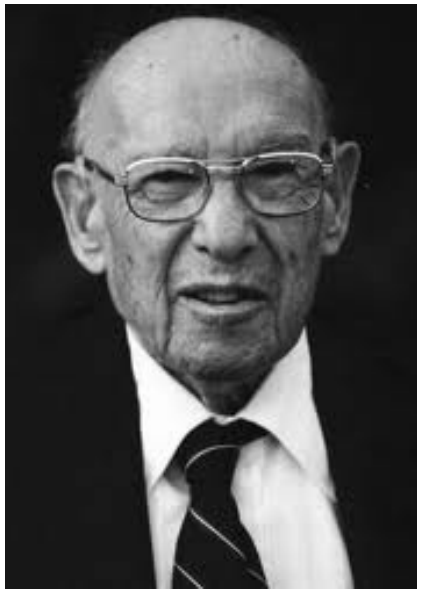
F hrung und gesellschaftliche Wertsch pfung

Univ Prof Dr Peter Gomez
Universit t St Gallen

Jahre Modal
Wien November

Universität St.Gallen

Management aus der Sicht von Peter Drucker



Freies Unternehmertum l sst sich nicht dadurch rechtfertigen dass es gut ist f r das Gesch ft Es legitimiert sich nur durch seinen gesellschaftlichen Nutzen

Peter Drucker

Management aus der Sicht von Hans Ulrich

Management
Eine unverstandene
gesellschaftliche
Funktion
Hans Ulrich

Inhalt

- Was sagen die neuesten Umfragen
- Wer bestimmt den theoretischen Diskurs
- Welche Instrumente erzielen die gr sste Wirkung
- Wie werden Erkenntnisse optimal weiter gegeben

HSG Umfrage zur gesellschaftlichen Wertsch pfung

Beispiele von Befragten

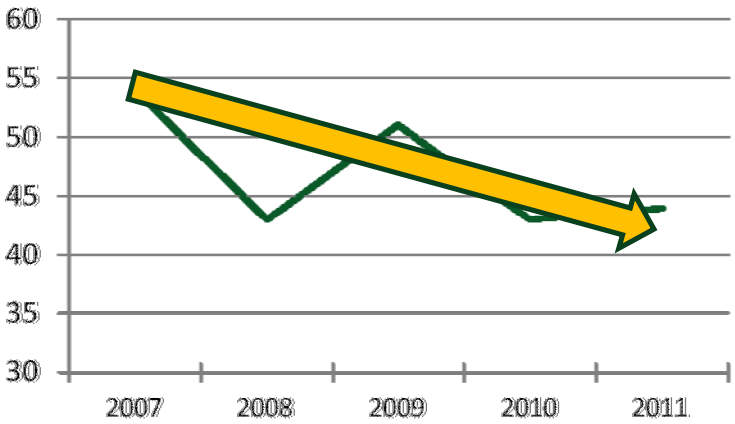
von
F hrungskr ften
sehen sich und ihr
Unternehmen in
v lligem Einklang
mit den Anliegen der
breiten
ffentlichkeit

Universität St.Gallen

Vertrauensbarometer CH und D

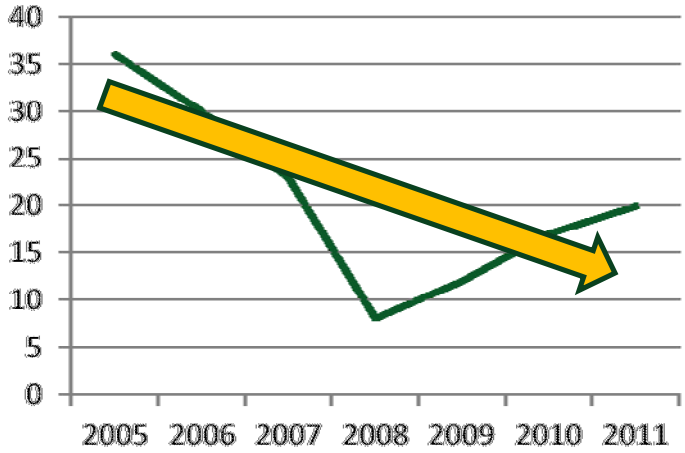
Schweiz

Wirtschaft versagt nie selten



Deutschland

Vertrauen in Manager



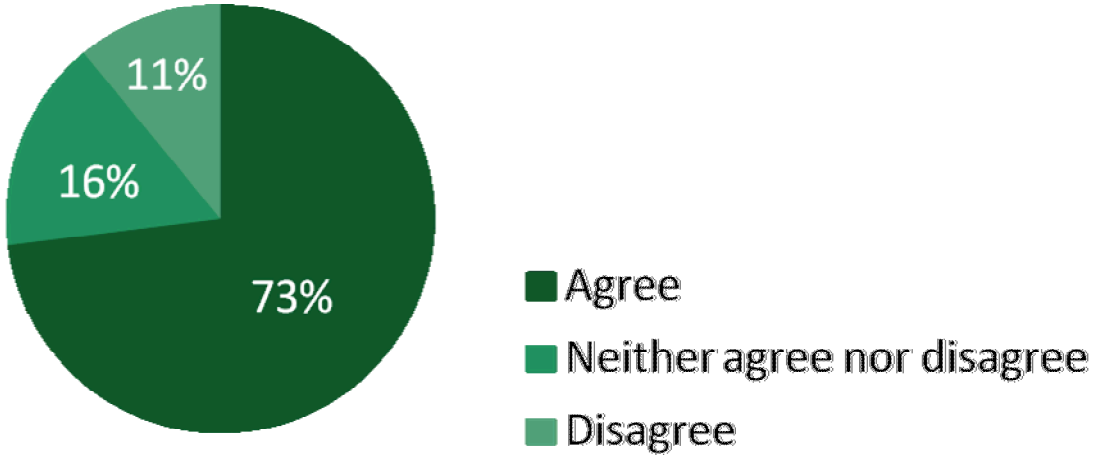
Quintessenz Die Wirtschaft bersch tzt ihren Erfolg bei der Erf llung gesellschaftlicher Bed rfnisse

Quelle
Sorgen und Identit tsbarometer GfS
Vertrauensbarometer GfK

Universität St.Gallen

Deloitte Erhebung bei F hrungskr ften weltweit

- Value should be measured by impact on society and profits
- The core business of my organization makes a valuable contribution to society



Quelle Deloitte Societal purpose A journey in its early stages

Vertrauen in die Wirtschaft USA und Welt

- USA Edelmann Research
- Welt Readers Digest

Quintessenz Urteil deckungsgleich mit den Werten der Schweiz und von Deutschland

Quelle
Die Edelmann Research Gruppe publiziert im Bereich PR und Marketing Am bekanntesten ist Edelmann f r das j hrlich erscheinende Trust Barometer
Readers Digest ist eine Zeitschrift mit internationaler Verbreitung die urspr nglich dadurch bekannt wurde dass sie Artikel anderer Zeitschriften sowie Buchausz ge und B cher in mehreren Sprachen teilweise in gek rzter Form ver ffentlichte

Deloitte Befragung weltweiter F hrungskr fte

Welches ist der Zweck des Wirtschaftens

Quelle Deloitte The Millennial Survey

Universität St.Gallen

Deloitte Millenium Befragung von
F hrungskr ften Jahre

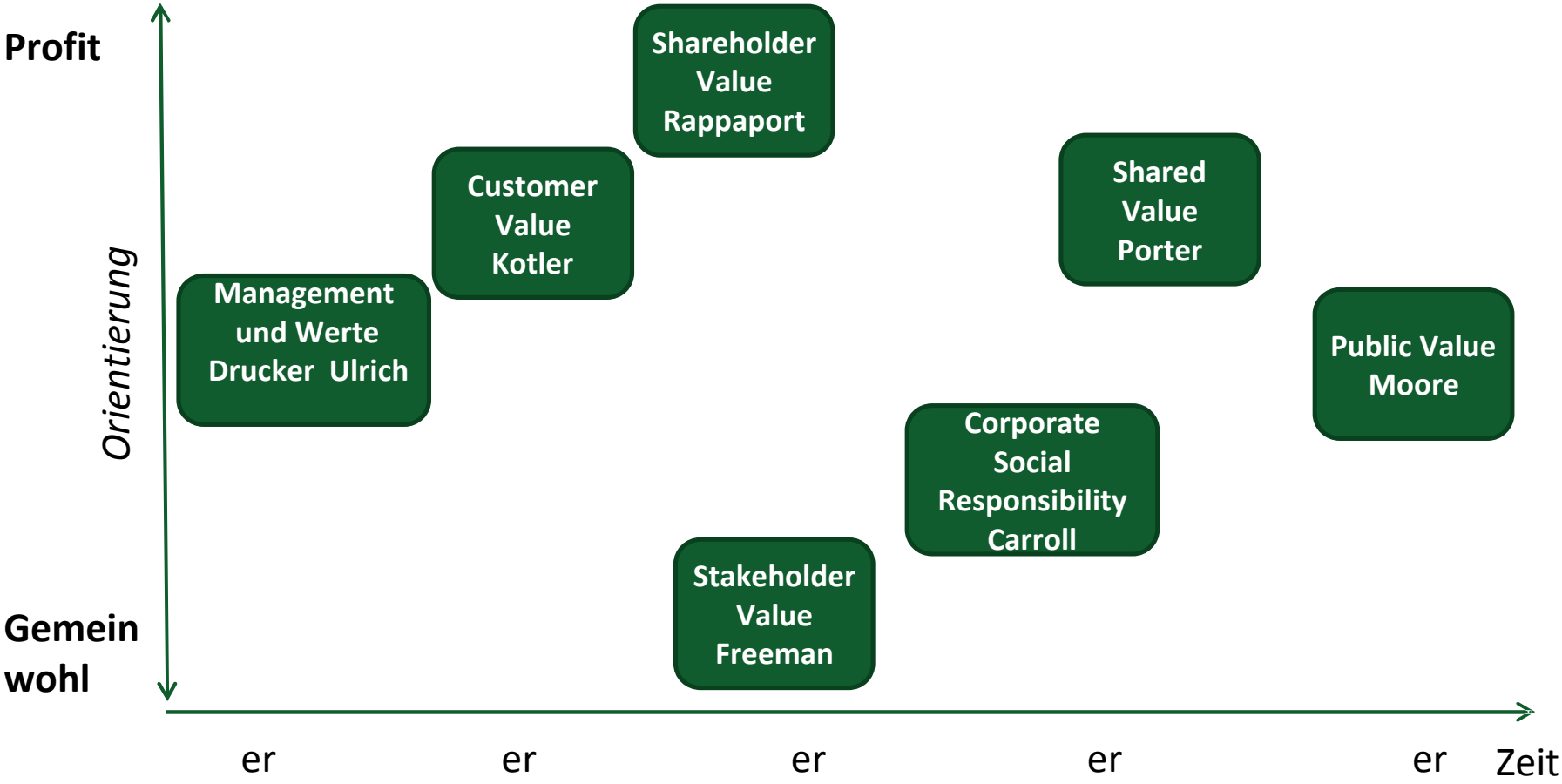
Welches ist der Zweck des Wirtschaftens

Quelle Deloitte The Millennial Survey

Inhalt

- Was sagen die neuesten Umfragen
- Wer bestimmt den theoretischen Diskurs
- Welche Instrumente erzielen die gr sste Wirkung
- Wie werden Erkenntnisse optimal weiter gegeben

Entwicklung der Messgr ssen unternehmerischen Erfolgs



Universität St.Gallen

Committed Leadership Drucker und Ulrich aus heutiger Sicht

	Gestalten	Lenken	Entwickeln
Konformität (Compliance)	Halte Gesetze und Regeln ein	Analysiere kommandiere kontrolliere	Gestalte sichere Systeme
Verpflichtung (Commitment)	F rdere das Wohlergehen des Ganzen	Fordere unterst tze bernimm Verantwortung	Orchestriere steten Wandel

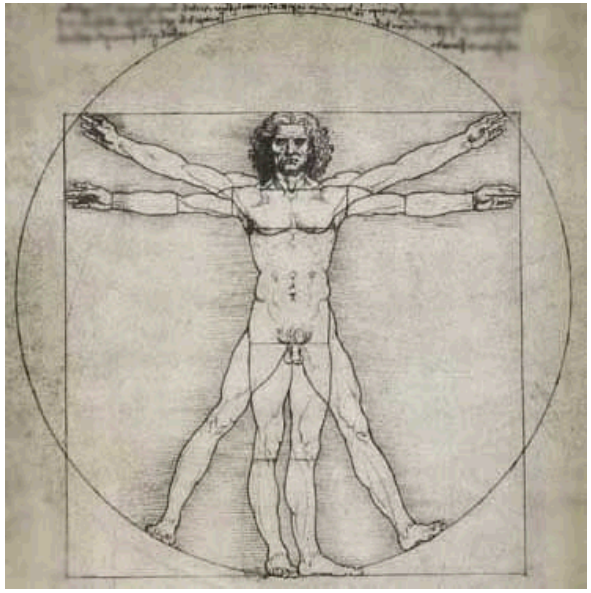
Wertmassst be mit ihren St rken und Schw chen

	Customer Value	Shareholder Value	Stakeholder Value	Corporate Social Responsibility
Berechtigter Fokus	Ausrichtung auf Kundenzufriedenheit	Wertsteigerung f r Eigner	Interessen der Anspruchsgruppen	Beachtung von Nebenwirkungen
Gefahr	Ueberh hung der Kundenperspektive	Dominanz von Finanzgr ssen	Zu starke Integration heterogener Erwartungen	Ohne Relevanz f r das Kerngesch ft
Konsequenzen	Vernachl ssigung gesellschaftlicher Wirkungen	Eindimensional quantitative Sicht	Unerf llbarkeit der Erwartungen	Glaubw rdigkeits verlust Alibi
Prim rer Bewertungs Masstab	Hedonistisch sthetisch	Instrumental sachlich	Politisch sozial	Ethisch moralisch

Public Value das Produkt eines Bewertungsprozesses auf Basis von menschlichen Grundbed rfnissen Meynhardt

Orientierung und Kontrolle

Selbstwerterhalt und steigerung



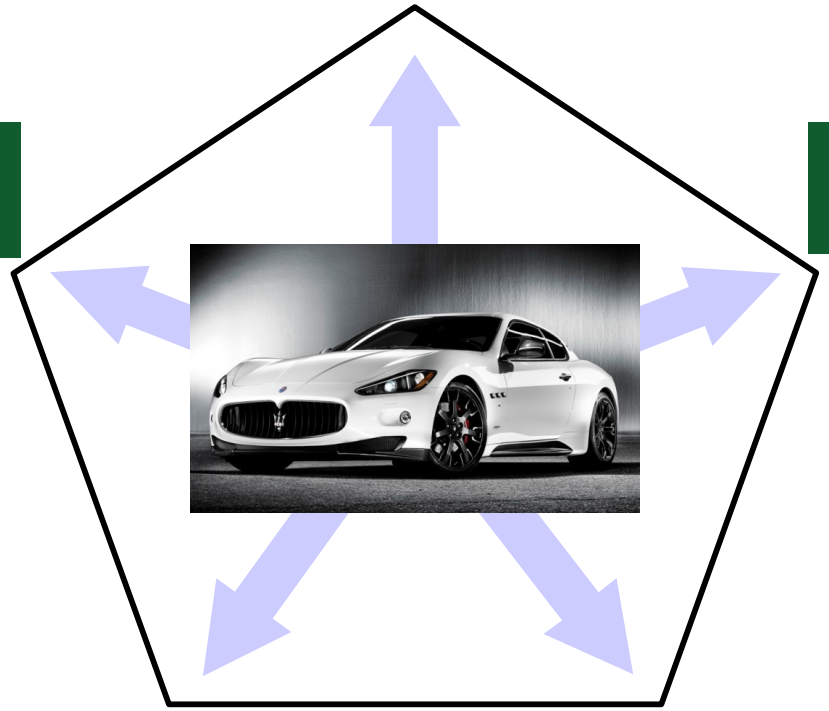
Positive Erfahrungen

Beziehung Bildung

Public Value Gomez Meynhardt

Sachlich instrumentell
Ist es sachlich gerechtfertigt

Finanziell konomisch
Ist es profitabel



Moralisch ethisch
Ist es anst ndig

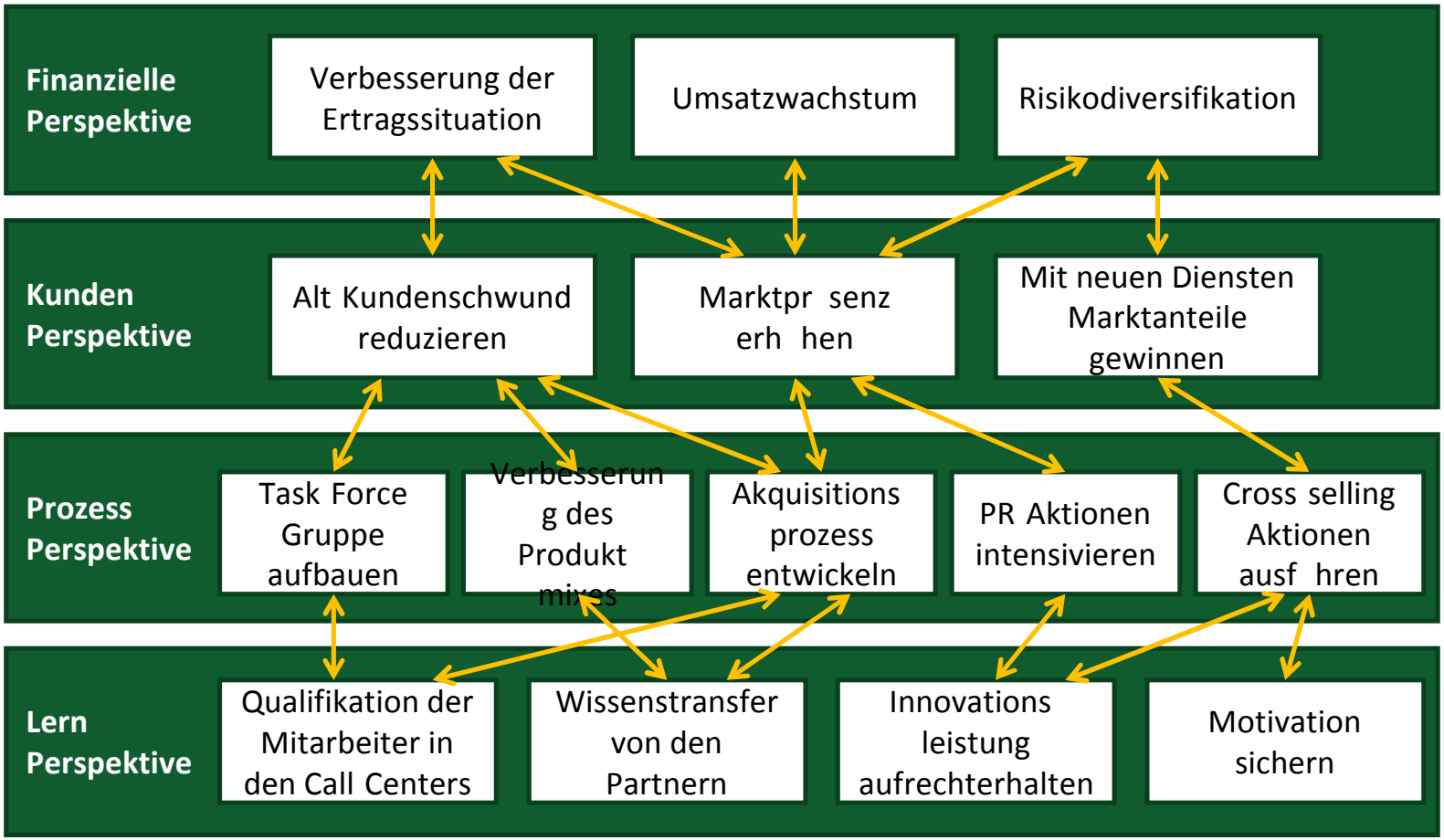
Positive Erfahrungen
F rdert es das
Wohlbefinden

Politisch sozial
Ist es politisch akzeptabel

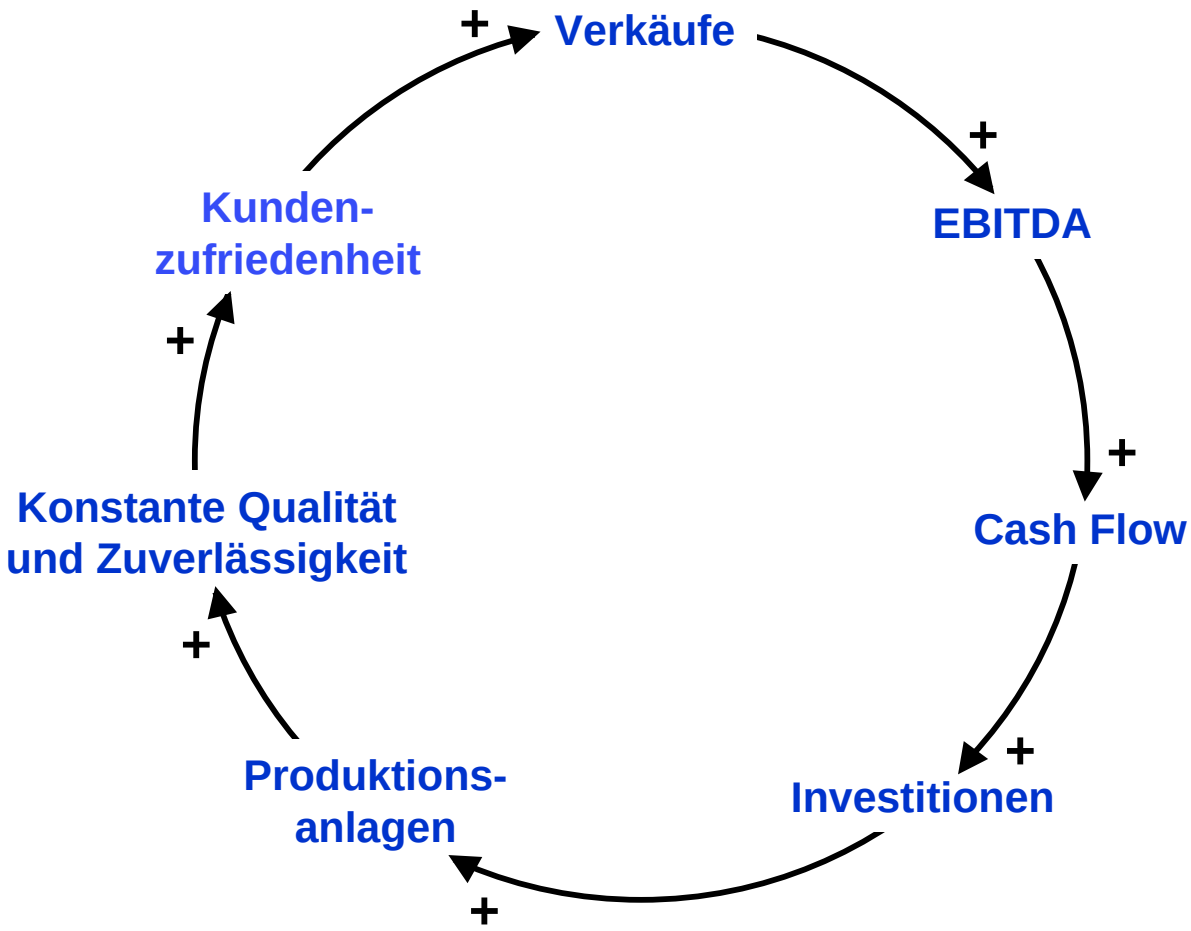
Inhalt

- Was sagen die neuesten Umfragen
- Wer bestimmt den theoretischen Diskurs
- Welche Instrumente erzielen die gr sste Wirkung
- Wie werden Erkenntnisse optimal weiter gegeben

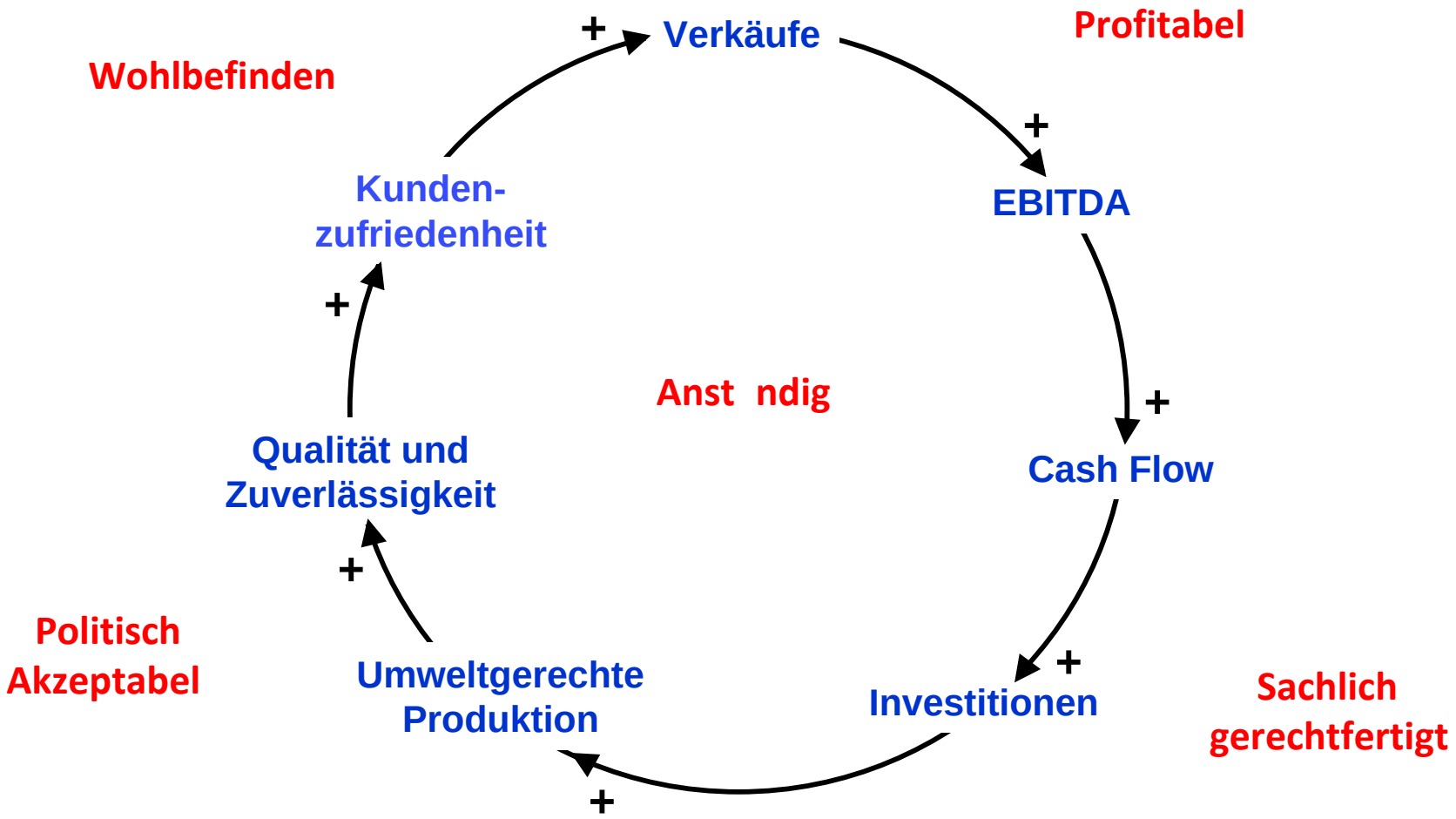
Die Balanced Scorecard BSC in der praktischen Anwendung



Vernetztes Denken
Der unternehmerische Erfolgskreislauf

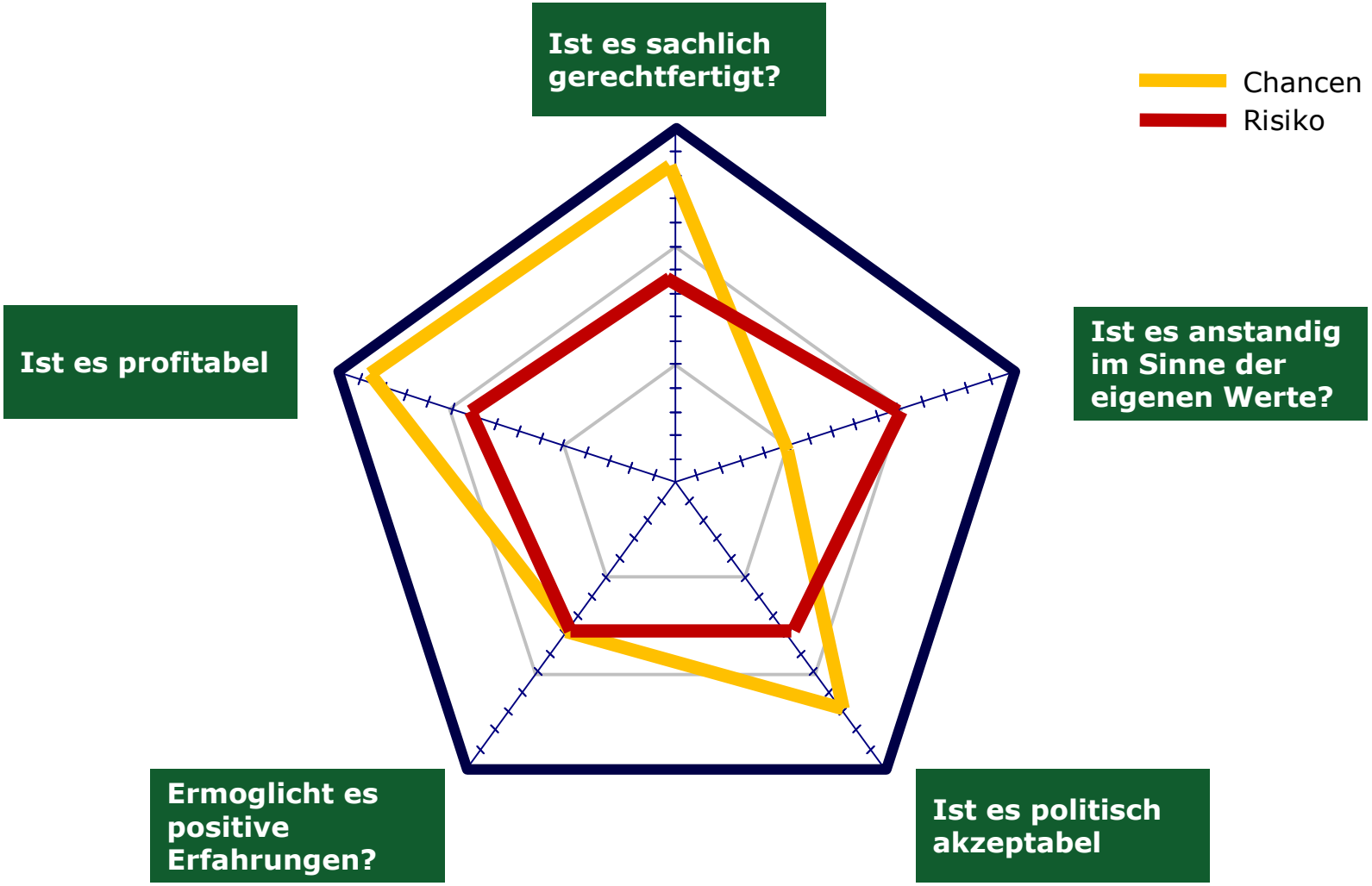


Gesellschaftliche Wertsch pfung



Universität St.Gallen

Mit einer Public Value Scorecard ein Gesamtbild erzeugen

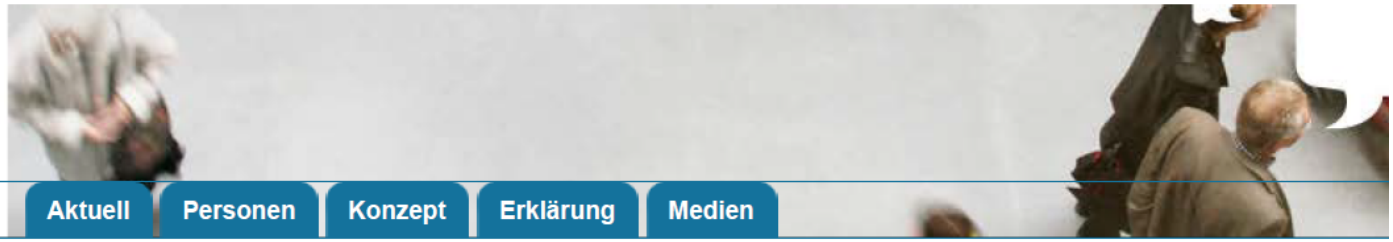


Public Value Die Verantwortungspyramide

Der Schweizer Dialog www schweizerdialog ch

Startseite | Kontakt

SchweizerDialog



Aktuell | Personen | Konzept | Erklärung | Medien

Neue Erklärung: Für Verantwortung und informationelle Selbstbestimmung im Internet

Neue Erklärung: Für Verantwortung und informationelle Selbstbestimmung im Internet Der Schweizer Dialog greift ein aktuelles Thema auf und fordert breitere Aufmerksamkeit zur Rolle des Internets in der Gesellschaft.

» weiterlesen

Teilnehmende

Prof. Dr. Peter Gomez

Präsident des Verwaltungsrates der SIX (Swiss Infrastructure and Exchange) Group sowie Dean der Executive School for Management, Technology and Law der Universität St. Gallen (HSG).

» Mehr über Peter Gomez

» Liste aller Initianten und Teilnehmenden

Aktuell

Resultat zur Studie "Datensicherheit im Internet" - Teil 4/5

Aktuelles, Top - 20. August 2012 um 9.39 Uhr , 0 Kommentare

Am 15. Mai 2012 führte die GfK bei rund 1000 Schweizerinnen und Schweizern eine Omnibus-Studie zum Thema „Datensicherheit im Internet“ durch. In loser Folge präsentieren wir Ihnen im Verlauf der kommenden Wochen in fünf Tranchen die Resultate dieser Studie. In den vorangehenden Studien wurde der Frage nachgegangen, welche Daten als persönliche Informationen einzustufen sind, inwiefern Internet-User der Ansicht sind und den Wunsch haben, Kontrolle über ihre persönlichen Daten zu haben und schliesslich, wo ihrer Meinung nach die Gefahren im Internet lauern. Im vorliegenden vierten Teil steht nun die Privatheit im Internet im Zentrum. Was macht diese aus und inwiefern haben die User sie unter Kontrolle? Der Fokus liegt bei dieser Frage vor

E-Mail-Newsletter

Newsletter abonnieren

RSS-Feed

RSS-Feed abonnieren

auf Facebook

Universität St.Gallen

Inhalt

- Was sagen die neuesten Umfragen
- Wer bestimmt den theoretischen Diskurs
- Welche Instrumente erzielen die gr sste Wirkung
- Wie werden Erkenntnisse optimal weiter gegeben

Pl doyer f r einen integrierten Ansatz zu Verantwortung und Nachhaltigkeit

- In einschl gigen Aussagen zur Positionierung der F hrungsausbildung wird zurecht immer wieder der Integrierte Ansatz beschworen
- Gelebt wird dieser Ansatz aber meist nur in den Einf hrungsreferaten zu den grundlegenden Zusammenh ngen der Unternehmensf hrung
- Verantwortung und Nachhaltigkeit ist zu wichtig um nur ein Ausbildungsbaustein unter vielen sein der zudem von Spezialisten abgehandelt wird
- Vielmehr muss sich dieses Thema wie ein roter Faden durch alle Ausbildungsinhalte ziehen und dies in einer aufeinander abgestimmten Weise
- Nur so entwickeln k nftige F hrungskr fte die Glaubw rdigkeit die vielen ihrer Vorg nger abhanden gekommen ist

Ausblick

- Was wir auch tun die Gesellschaft sitzt immer mit am Tisch
- Deshalb m ssen wir herausfinden welche Erwartungen sie an Unternehmen hat und was sie als wertvoll empfindet
- Dies k nnen wir aber nur ber den Dialog mit der Gesellschaft erreichen
- Dieser muss auf der Basis menschlicher Grundbed rfnisse gestaltet werden Orientierung und Kontrolle Selbstwerterhalt und steigerung Beziehung und Bindung positive Erfahrungen
- Die Erkenntnisse des Dialogs m ssen den Charakter des Kerngesch fts pr gen zum gegenseitigen Nutzen