

Die Rendite der Werte – Wie eine Unternehmenskultur höhere Renditen erzielen kann

29.03.2006, 14:11 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

Bonn/Köln - Dass Werte innerhalb eines Unternehmens wichtig sind, ist schon lange bekannt. Doch welche verblüffenden Auswirkungen sie auf die Rendite haben, zeigt jetzt eine Langzeitstudie der Zeitschrift Harvard Business Manager www.harvardbusinessmanager.de unter 427 deutschen Managern aus 38 Branchen. Die repräsentativ angelegte Langzeitstudie erstreckte sich über neun Jahre. Ihr Ergebnis ist ein Werteprofil, anhand dessen sich ablesen lässt, wie stark die Rendite sich verbessern kann, wenn die Arbeitnehmer in Unternehmen bestimmten erfolgskritischen Werten folgen.

Die befragten Führungskräfte wurden gebeten, aus über hundert Werten die ihnen wichtigsten zu nennen und ihre persönliche Bedeutung durch Beispiele zu belegen. So blieben am Ende 30 sehr unterschiedliche Werte übrig, die von den Managern in Gruppen eingeordnet werden sollten. Das Ergebnis waren fast immer sechs Gruppen mit jeweils fünf verwandten Werten. Diese Gruppen ergaben sich im weiteren Verlauf der Studie als Persönlichkeitsbilder mit sehr hoher Stabilität.

Um den Einfluss dieser 30 Werte auf die Rendite zu bestimmen, wurden 307 Innovationsprojekte untersucht, deren Mitglieder der Projektteams zunächst Werte nennen mussten, die sie bevorzugen beziehungsweise ablehnen. Anhand der Rendite der einzelnen Teams konnte dann der Einfluss der genannten Werte auf die erzielte Rendite ermittelt werden. So wurde für jeden der 30 Werte die Renditedifferenz zwischen Befürwortern und Gegnern eines Wertes berechnet.

Bestätigung fand die „Rangliste der Werte“ in einer weiteren Studie, in der Manager von 61 Vorbildfirmen sowie 165 „Versagerfirmen“ befragt wurden. Das Ergebnis war eine Bestätigung der Rangliste, da die Manager der Vorbildfirmen ausschließlich Werte ganz oben platzierten, die einen hohen Renditedifferenz erreichten, dagegen negative Werte weit unten anordneten. Eine genau umgekehrte Auswertung ergab sich bei den „Versagerfirmen“. Diese setzten Werte an die Spitze der Rangliste, die eine negative oder schwache Renditedifferenz aufweisen.

Ergebnis dieser Untersuchung ist, dass sich mit Werten wie sich öffnen, Vertrauen statt Kontrolle und sich voll einbringen eine um 170 Prozent höhere Rendite erzielen lässt, wohingegen defensive Werte einen negativen Einfluss auf die Rendite haben. Festzustellen ist also, dass der Einfluss der Werte zu deutlichen Ergebnissprüngen führen kann und nicht nur eine schöne Nebenbeschäftigung in guten Zeiten darstellt. So bestätigt auch Marc Emde, Mitglied der Geschäftsführung der Kirch Personalberatung <http://www.kirchconsult.de> in Köln, dass Innovation und Besinnung auf Werte „gerade in Krisenzeiten von Nöten ist“.

Was aber können Manager aus dieser Studie lernen, wie kann man die Erkenntnisse im Unternehmensalltag anwenden? Hierbei ist zunächst die Führungsetage eines Unternehmens gefragt. „Ein Unternehmensführer muss gerade in wirtschaftlich nicht ganz leichten Zeiten den Mut zu Zukunftsvisionen haben. Das geht aber nicht als Ein-Mann-Unternehmen. Ein Unternehmen ist nur so gut wie die Mannschaft. Daher ist Personalentwicklung und Mitarbeitermotivation eine Führungsaufgabe. Manager sollten nicht nur das Bestehende verwalten, sondern an das Zukünftige denken und dabei vor allem eine Vorbildfunktion einnehmen“, so Emde. Für entscheidend hält er auch, dass alle auf dem Weg zur Neuausrichtung eines Unternehmens „mitgenommen“ werden. Manager sollten also, am besten in einem Dreijahres-Programm, die erfolgskritischen Werte fördern und sich dabei selbst den neuen Werten unterwerfen. „Das Bekenntnis zur Personalentwicklung muss von ganz oben kommen, sonst verpufft die investierte Energie“, stellt Emde fest.

Fazit ist, dass erfolgreiche Unternehmen von morgen wertegesteuert sein werden. Es geht um eine neue

Managementqualität, die gerade in Zeiten einer stagnierenden Wirtschaft besonders wichtig ist. Denn wer auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben will, muss sich neu orientieren und Innovationen vorantragen.

medienbüro.sohn
V.i.S.d.P: Gunnar Sohn
Ettighoffer Strasse 26a
53123 Bonn
Germany

Portrait

medienbuero@sohn.de

News-ID: 81697 • Views: 312 (Stand: 02.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/81697/Die-Rendite-der-Werte-Wie-eine-Unternehmenskultur-hoehere-Renditen-erzielen-kann.html>