

Das Konzept der *Balanced Valuecard*® in Kürze

Mitarbeitende haben dann am meisten Freude an ihrer Arbeit und sind dann in der Lage und gewillt, ihr Bestes zu geben, wenn sie sehen, für wen oder für was ihre Arbeit gut ist, und wenn ihr Unternehmen im Einklang mit den Bedürfnissen der Gesellschaft und der natürlichen Umwelt handelt. **Es ist wissenschaftlich längst erwiesen, dass solche Unternehmen in der langen Frist besonders überlebensfähig und ertragsstark sind.** Die *Balanced Valuecard* als Konzept einer sinn- und leistungszentrierten Unternehmenskultur will dieses Denken und Handeln in der Unternehmenswelt fördern – es bringt die Interessen von Kunden, Mitarbeitenden, Eigentümern, Gesellschaft und natürlicher Umwelt wieder miteinander in Einklang: Im Gegenseitigen Respekt und im gegenseitigen Dienst für-einander können alle Beteiligten am besten wachsen und gedeihen.

Damit setzt die *Balanced Valuecard* einen Kontrapunkt zu jenem unternehmerischen Denken und Handeln, welches dem Streben nach dem kurzfristigen maximalen Gewinn alles andere unterordnet – die Interessen der Kunden, die Menschenwürde und das Wohlergehen der Mitarbeitenden, das Wohl der Gesellschaft und eine intakte natürliche Umwelt. Solch eigennütziges Unternehmertum mit seinem Tunnelblick auf das schnelle Geld kompromittiert die Zukunft eines freien und verantwortlichen Unternehmertums, von Menschen, Wirtschaft, Gesellschaft und Natur immer mehr.

Dies ist die Philosophie der *Balanced Valuecard* als Referenz-Modell einer sinn- und leistungszentrierten Unternehmenskultur sowie einer pragmatischen Unternehmensethik. Daraus abgeleitet, bietet die *Balanced Valuecard* ein halb-standardisiertes Instrument für die Analyse bzw. das Assessment/Audit von Unternehmenskulturen als Grundlage ihrer Entwicklung und Pflege in Richtung Sinn und Leistung. Es handelt sich dabei um Mitarbeitenden-Befragungen.

Aufgrund ihrer Bedeutung für die Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden und dem sich daraus ergebenden Leistungspotenzial des Unternehmens gehört die *Balanced Valuecard* ins Portfolio von CEO und Geschäftsleitung und/oder des Verwaltungs- bzw. Aufsichtsrates einerseits, der Eigentümer und Investoren andererseits. Zum zweiten Kreis der Anwender zählen Analysten, Unternehmensentwickler sowie strategisch und unternehmerisch orientierte Personal-Fachleute sowie das strategische Marketing.

Die Verwendungszwecke der *Balanced Valuecard* als Führungs-, Assessment- und Audit-Instrument sind vielseitig. Die *Balanced Valuecard*:

- ist ein Instrument zur systematischen Analyse und Standortbestimmung in Bezug auf die Unternehmenskultur im Allgemeinen und auf die eng mit ihr verbundene Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden im Besonderen,
- sie schafft eine verlässliche Basis für Massnahmen zur Förderung der Leistungsfähigkeit und des Leistungswillens der Mitarbeitenden,
- sie ist ein Frühwarnsystem für die Unternehmensführung (sinkende Leistungsbereitschaft u.a. Indikatoren)

- sie leistet einen Beitrag zum Erfolg von Mergers in der Vorbereitungs-, in der Umsetzungsphase sowie bei der Phase der Nachbearbeitung,
- auf dem Gebiet der Unternehmensbewertung bietet sie eine namhafte Ergänzung zu den herkömmlichen finanzbasierten Analyse-Instrumenten, nicht zuletzt unter dem Aspekten der Prognose der zukünftigen Entwicklung eines Unternehmens,
- sie bietet ein Fundament für das Employer Branding,
- sie stellt Grundlagen für die Personalselektion und Personalentwicklung bereit,

Als Unternehmenskultur-Assessment unterscheidet sich die *Balanced Valuecard* deutlich von vielen andern marktüblichen Angeboten:

- Die *Balanced Valuecard* zeigt Auftraggebern, ob überhaupt und in welchem Ausmass sich via Unternehmenskultur-Entwicklung die Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden steigern lässt.
- Die *Balanced Valuecard* beruht auf einer überprüfbareren, zeitgemässen Motivationstheorie und führt das komplexe Gebilde „Unternehmenskultur“ auf seine grundlegenden Bausteine zurück. Dies macht eine systematische und gezielte Unternehmensentwicklung möglich.
- Nichts motiviert Menschen bzw. Mitarbeitende mehr als die Einsicht in den Sinn ihrer Aufgaben und die Erfahrung, als Individuum wertgeschätzt zu werden. Dies ist der Kern der Motivationstheorie der *Balanced Valuecard*. Sie steht damit an der Spitze eines Megatrends in Wirtschaft und Gesellschaft.
- Die *Balanced Valuecard* berücksichtigt Quellen von Sinn und Anerkennung als Motivationsfaktoren, die in andern Assessment-Tools ausgeklammert bleiben, so der Umgang des Unternehmens mit den Kunden, die Qualität seiner Erzeugnisse, seine Innovationskraft und Marktstellung, die Kommunikation sowie die Anteilseigner und ihre Haltung zum Unternehmen.
- Eine umfassende Unternehmenskultur-Analyse nach Art der *Balanced Valuecard* erlaubt es, sehr gezielt und präzise Massnahmen im Bereich der Unternehmenskultur-, Personal- und Organisationsentwicklung festzulegen, diese systematisch umzusetzen und ihren Erfolg zu messen.
- Die Fragestellungen der *Balanced Valuecard* sind flexibel auf das jeweilige Unternehmen anpassbar – standardisierte Assessments widersprechen dem Wesen der Kultur eines Unternehmens: Diese ist der Kern seiner Eigenständigkeit und Unverwechselbarkeit.
- Die *Balanced Valuecard* fokussiert nicht auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, sondern auf deren Leistungsfähigkeit und Leistungswillen. Die Zufriedenheit stellt sich ein, wenn Mitarbeitende die Möglichkeit haben, „einen guten Job zu machen“ – Zufriedenheit ist das Ergebnis, nicht die Voraussetzung hoher Leistungen.
- Die *Balanced Valuecard* ist ein Instrument, welches in der Alltagspraxis von Unternehmen entstanden und für diese konzipiert ist.