

Verlässlichkeit, Integrität, Verbindlichkeit und Aufrichtigkeit: Das sind Begriffe, die auf vielen Unternehmenswebsites zu finden sind, meist unter der Überschrift „Mission“ oder „Unsere Werte“. Gerade in Zeiten von Transformation und Change, in denen Unternehmen sich besonders modern sowie service- und kundenorientiert präsentieren, haben Werte Hochkonjunktur. Sie sollen die Marke aufladen und helfen, ein psychologisches Framing zu entwickeln, das im Wettbewerb neue Strahlkraft und Überzeugung verleiht.

Die Verpflichtung zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, der sukzessive immer mehr Unternehmen unterliegen, erhöht den Druck auf Management und Geschäftsführung, sich mit den Werten der Organisation auseinanderzusetzen, den Geschäftszweck zu analysieren und zu definieren. Die Identifikation von Werten gehört deshalb, wie die Entwicklung von Zielen und operativen Maßnahmen in allen Geschäftsbereichen, zur Strategieentwicklung, die auf Vorstands- und/oder Managementebene angesiedelt ist. Compliance-Regeln werden durch die Bekämpfung von Korruption und Geldwäsche, verschärfte regulatorische Pflichten für den Schutz der Umwelt, das Arbeitssicherheitsrecht oder die Lieferkettensorgfalt konkretisiert. Guidelines und Verhaltenskodizes für Führungskräfte und Beschäftigte zur Beachtung von Diversity, Gleichberechtigung und Fairness in der Organisation, aber auch Vorgaben für ein effektives Risikomanagement intensivieren diese Regeln und erfordern die ganzheitliche Steuerung eines Unternehmens. Dieses als Corporate Governance bezeichnete Steuerungs- und Regelwerk bildet den thematischen Schwerpunkt dieser Ausgabe und es stellt sich die Frage: Was eigentlich ist unter „Good Governance“ zu verstehen? Immerhin ein Begriff, der gerne mit einer nachhaltigen Unternehmenskultur gleichgesetzt wird.

Wie Berater von Unternehmen berichten, die diese in Fragen von Governance und Unternehmenskultur unterstützen, ist für die Bewältigung der komplexen Materie offensichtlich jedoch besonders die Überzeugung wichtig, diese Aufgaben nicht hintanzustellen oder gar liegen lassen zu können. Die Erkenntnis, dass es sich nicht um Themen handelt, die vom operativen Geschäft verdrängt werden dürfen, wird am Beispiel des Fachkräftemangels deutlich. So fordern junge und qualifizierte Nachwuchskräfte klare Compliance-Regeln und eine tragfähige Unternehmenskultur. Diese sind aus ihrer Sicht ebenso wichtig wie eine attraktive Performance und bilden ein zentrales Element der Reputation jedes Unternehmens.



27,80 €
25,98 € (zzgl. MwSt.)

sofort verfügbar

Medium: eBook

ISBN:

Verlag: Fachmedien Otto Schmidt KG

Sprache(n): Deutsch

