

# Public Value

## Konsequenzen für die Weiterbildung

**ASCO Consulting Day, 25.8.2009**

Prof. Dr. Peter Gomez/ Dr. Timo Meynhardt

# Führung neu denken

## Wie war es bisher?

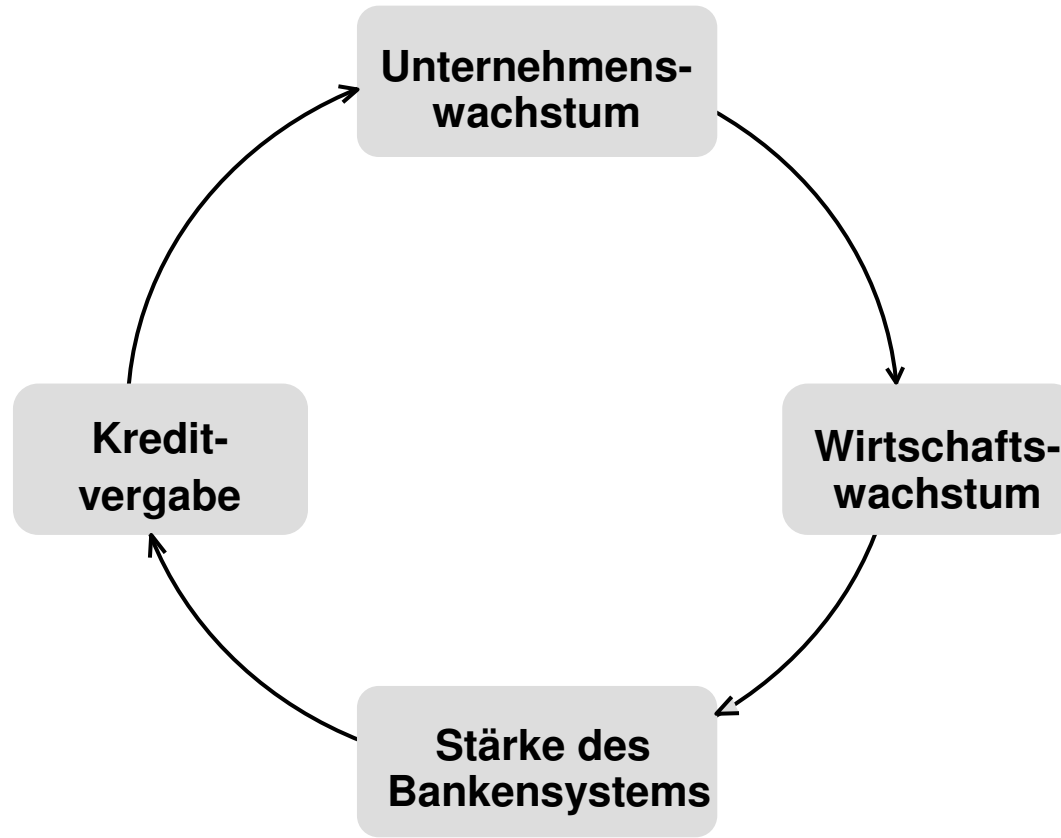
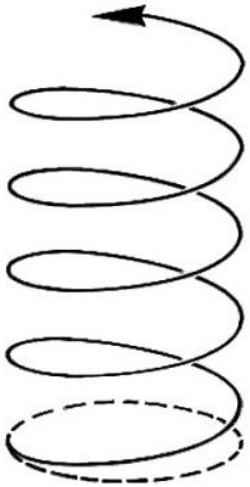
- „Tool-Box“ der Führung im Mittelpunkt
- Finanzielle Führung und Menschenführung als Schwerpunkt
- An Führungspersönlichkeiten ausgerichtete Erfolgsgeschichten
- „Charakterfeste Manager“ als Zukunftsvision

## Wie sollte es werden?

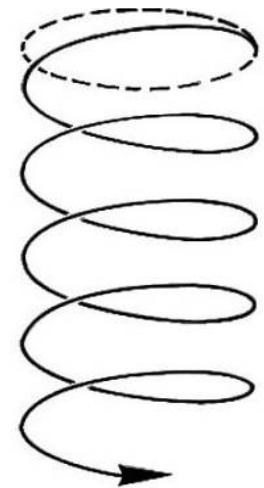
- Vernetztes Denken und Handeln in der Führung als „roter Faden“
- Verantwortungsvolle Führung: Von der „Responsibility“ zur „Accountability“
- Selbstverpflichtung zur gesellschaftlichen Wertschöpfung
- Führungspersönlichkeiten und Führungsnetzwerke

# 1. Vernetztes Denken und Handeln in der Führung: Die Finanzkrise I

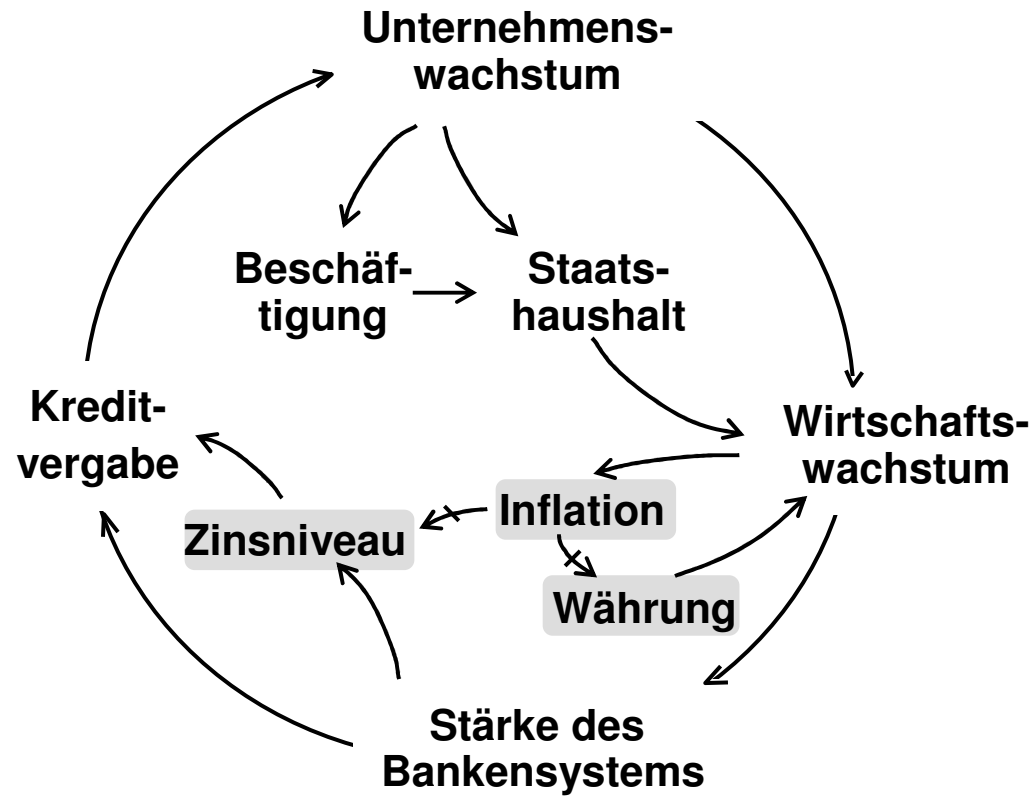
**verstärkender  
Wachstums -  
kreis**



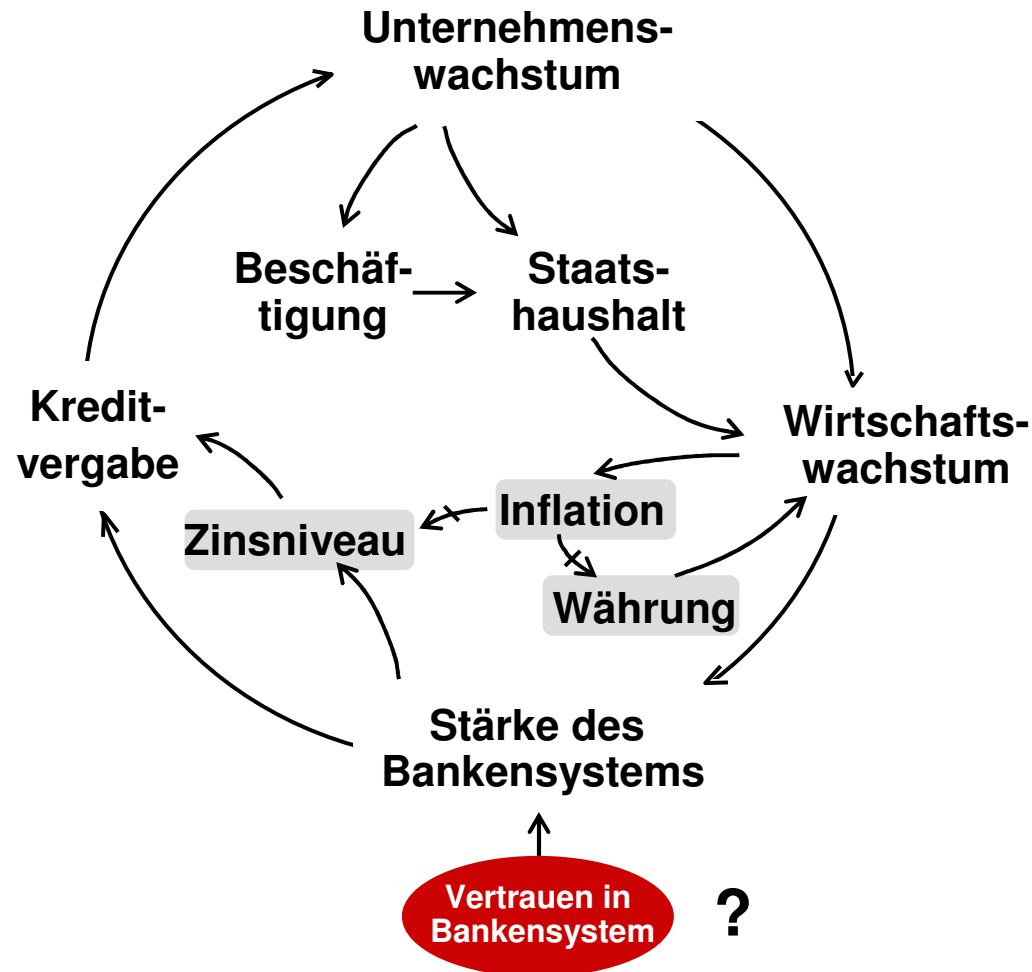
**verstärkender  
Teufels -  
kreis**



# 1. Vernetztes Denken und Handeln in der Führung: Die Finanzkrise II



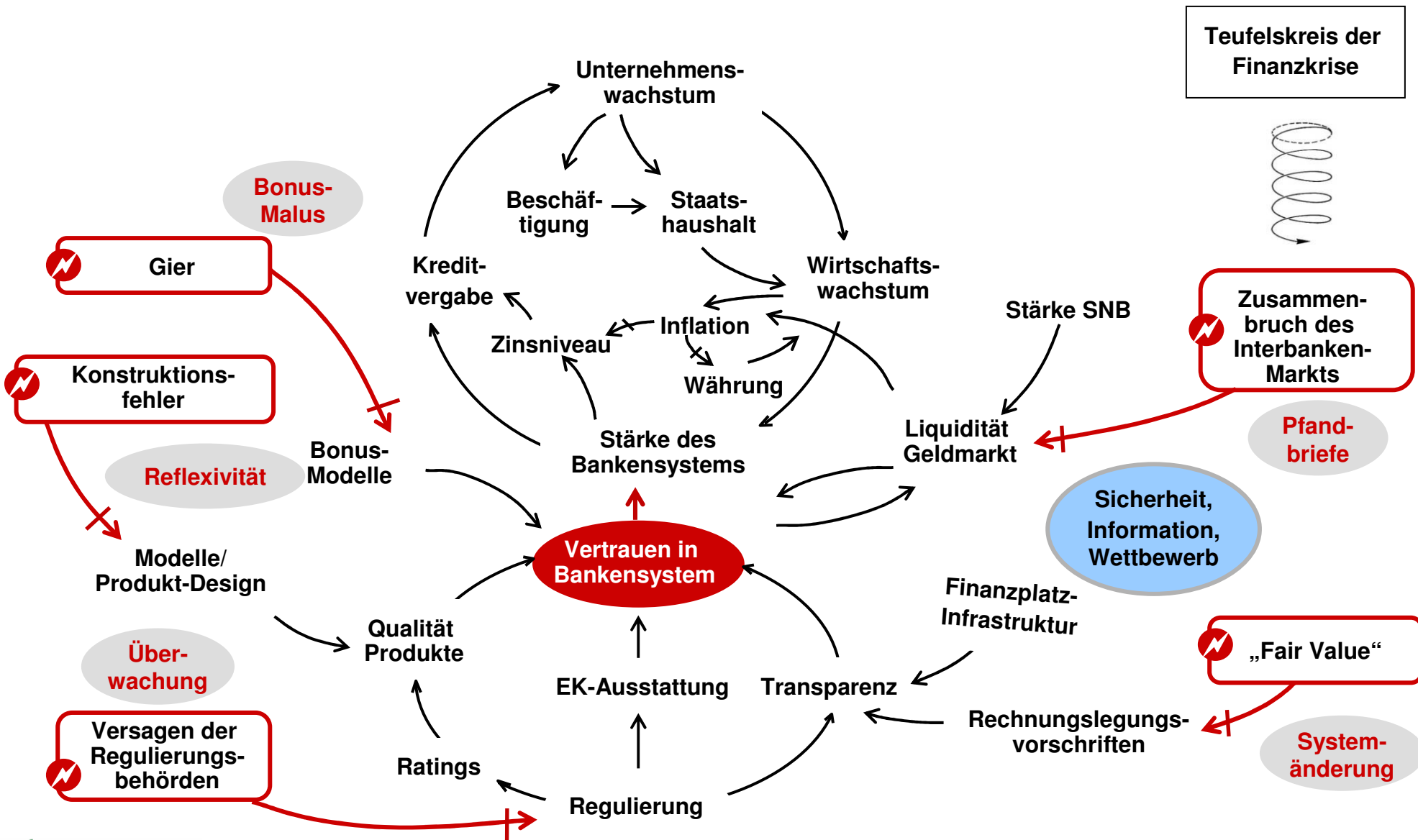
# 1. Vernetztes Denken und Handeln in der Führung: Die Finanzkrise III







# Vernetztes Denken und Handeln in der Führung: Die Finanzkrise VI



# 1. Vernetztes Denken und Handeln in der Führung: Die Finanzkrise VII

## Ausgangspunkt



  
**Finanz- und  
Wirtschaftskrise**

## Innovationsfelder

**Neue Produkte/  
Dienstleistungen**

**Neue Prozesse**

**Neue Geschäftsmodelle**

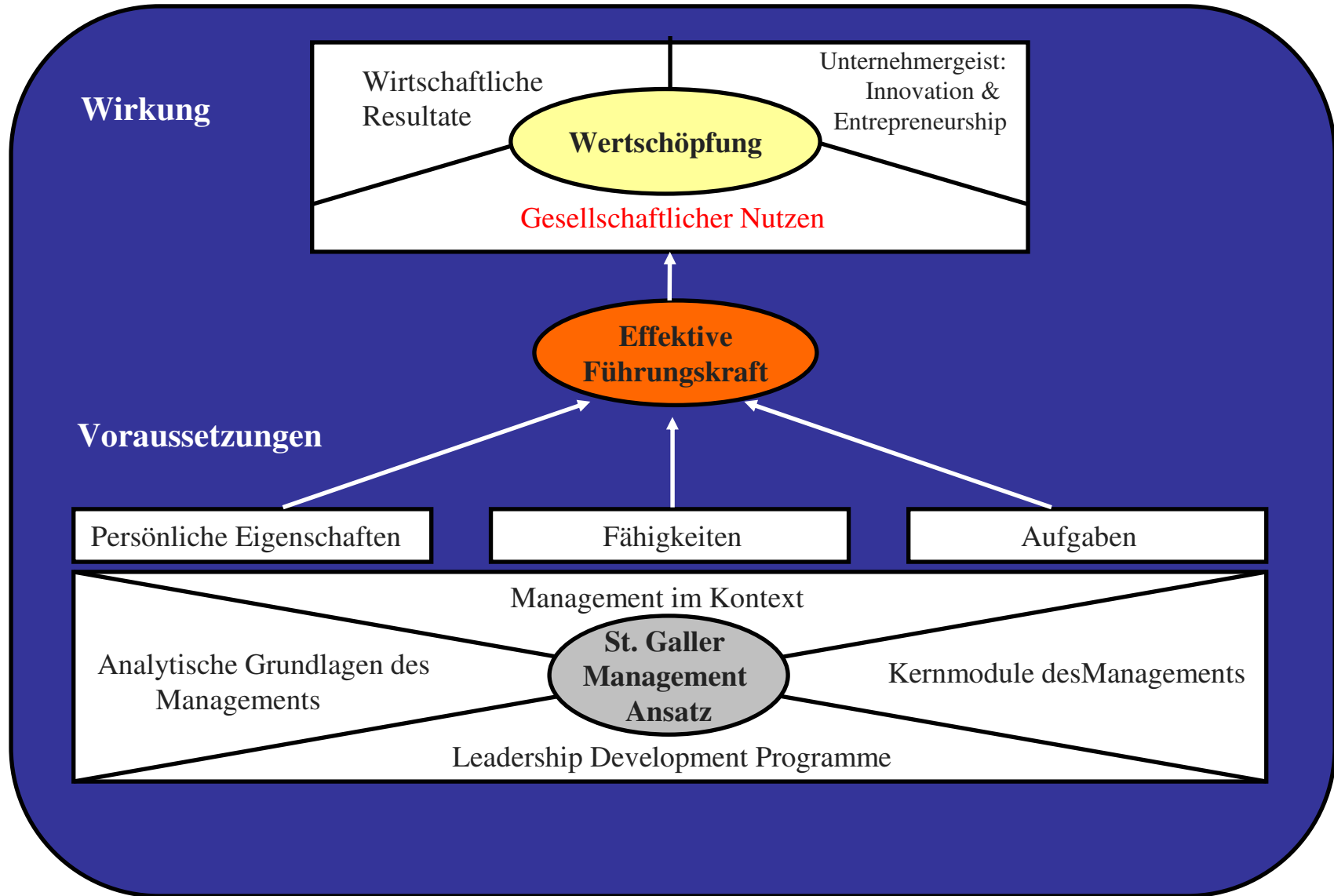
## Innovationen von SIX Group (Beispiele)

**1** **Zentrale Gegenpartei für Credit Default Swaps**

**2** **Web-basierte Referenzdaten-Infrastruktur für Emission und Überwachung von Derivaten über gesamte Lebensdauer**

**3** **Offene Architektur im Bereich Handel, Clearing und Settlement**

## 2. Verantwortungsvolle Führung: Der neue EMBA-HSG



## 3. Selbstverpflichtung zur gesellschaftlichen Wertschöpfung

### Die Verantwortungspyramide I



#### Anstand in Graubereichen zeigen

Jeder Unternehmer steht vor Entscheidungen, die zwar legal und profitabel sein können, aber nicht als legitim gelten und das Gerechtigkeitsempfinden massiv verletzen. Was in Graubereichen nicht mit gesellschaftlich akzeptierten Gründen gerechtfertigt werden kann, gehört nicht zur Praxis verantwortungsvollen Unternehmertums. Der gesunde Menschenverstand ist mehr denn je gefragt.

#### Langfristig Profitabilität und wirtschaftliche Ressourcen schaffen

Der finanzielle und ökonomische Erfolg ist ein wichtiger Teil gesellschaftlicher Wertschöpfung. Gesellschaftlich verantwortbar ist deshalb nur, was nachhaltig (jenseits von Jahresabschlüssen und spekulativen Auswüchsen) profitabel ist. Für das Streben nach ihren Wertbeiträgen müssen Unternehmer offen und breit über ihre langfristigen Gewinnvoraussetzungen kommunizieren.

#### Gesellschaftliche Wertschöpfung anstreben

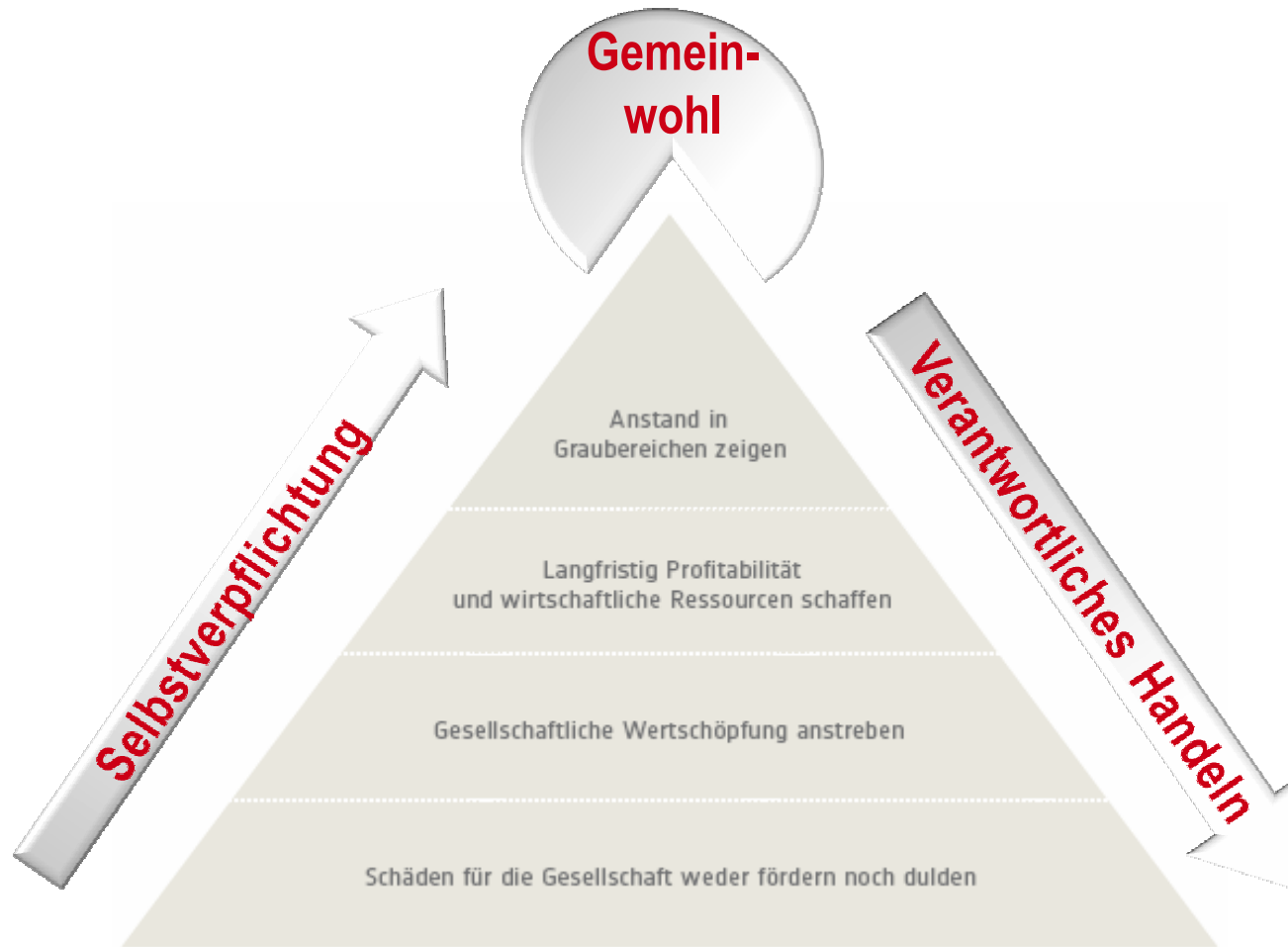
Schaden von der Gesellschaft abwenden ist allein noch keine Geschäftsgrundlage. Diese entsteht erst durch eine Verankerung jeder Geschäftsidee in den Bedürfnissen der Menschen. Wirtschaftlich erfolgreiche Unternehmen leisten wertvolle Beiträge durch eine Leistungserstellung, die sich am Gemeinwohl orientiert - und nicht dieses nebenbei auch noch fördert.

#### Schäden für die Gesellschaft weder fördern noch dulden

Ausgangsbasis bildet das Bemühen, nicht wissentlich Schaden anzurichten. Dazu gehört, nicht gegen geltendes Recht zu verstossen und eigenes und fremdes Verhalten abzulehnen, das im Gewinninteresse gravierende soziale, ökologische oder kulturelle Schäden in Kauf nimmt.

### 3. Selbstverpflichtung zur gesellschaftlichen Wertschöpfung

## Die Verantwortungspyramide II



## 3. Selbstverpflichtung zur gesellschaftlichen Wertschöpfung

### Internetbasierte Dialogplattform



# 4. Führungsnetzwerke: Synergetik als Ausgangspunkt

