

Rebecca Metz

Wertemanagement. Werte und deren Wirkung auf die Unternehmensziele

Konzeptionierung eines Handlungsleitfadens zur
Ermittlung zielkongruenter Werte anhand der wichtigsten
Stakeholder

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2016 GRIN Verlag
ISBN: 9783668345386

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/341766>

Rebecca Metz

Wertemanagement. Werte und deren Wirkung auf die Unternehmensziele

Konzeptionierung eines Handlungsleitfadens zur Ermittlung zielkongruenter Werte anhand der wichtigsten Stakeholder

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Wertemanagement: Werte und deren Wirkung auf die Unternehmensziele

Konzeptionierung eines Handlungsleitfadens zur
Ermittlung zielkongruenter Werte anhand der wichtigsten
Stakeholder.

Bachelorarbeit

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Würzburg-Schweinfurt

Fakultät Wirtschaftswissenschaften

Volkswirtschaftslehre & Wirtschaftsethik

Zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Arts (B.A.)

vorgelegt von Rebecca Metz

Würzburg, Mittwoch 6. Juli 2016

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	III
Management Summary	IV
1. Einführung in die Thematik	1
2. Ziel und Aufbau der Arbeit	2
3. Werte, Unternehmensziele und Stakeholder im Kontext.....	4
3.1. Werte im Unternehmen	4
3.1.1. Wertebegriff und Begriffsabgrenzung	4
3.1.2. Strukturmodell nach Shalom H. Schwartz	6
3.1.3. Unternehmenskultur	9
3.1.4. Wertemanagement.....	9
3.2. Ziele im Unternehmen	11
3.3. Stakeholder.....	12
3.4. Zielkongruente Werte im Unternehmen.....	13
4. Methodische Grundlagen des Handlungsleitfadens.....	14
4.1. Stakeholderanalyse.....	14
4.2. Leitfadengestützte Experteninterviews	16
4.2.1. Qualitative Experteninterviews	17
4.2.2. Auswahl der Interviewpartner	18
4.2.3. Interviewleitfaden im Experteninterview	19
4.2.4. Feldzugang	21
4.2.5. Durchführung der Experteninterviews	21
4.2.6. Auswertung der Experteninterviews	23
5. Handlungsleitfaden zur Ermittlung zielkongruenter Werte	25

6. Exemplarische Durchführung des Handlungsleitfadens.....	39
6.1. Plastik GmbH.....	39
6.2. Durchführung des Handlungsleitfadens.....	39
7. Reflexion und Diskussion des Handlungsleitfadens	43
7.1. Würdigung der exemplarischen Anwendung	43
7.2. Anpassung des Handlungsleitfadens	44
8. Fazit.....	46
Anhang.....	47
Literaturverzeichnis	78

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Ergebnisdarstellung im Werteset	2
Abbildung 2 Aufbau des Handlungsleitfadens	3
Abbildung 3 Wertedimensionen nach Schwartz.....	7
Abbildung 4 Darstellung interner und externer Stakeholder im Schichtenmodell	12
Abbildung 5 Checkliste für die Ermittlung der Anspruchsgruppen.....	15
Abbildung 6 Relevanzmatrix	16
Abbildung 7 Darstellung interner und externer Stakeholder im Schichtenmodell	26
Abbildung 8 Ergebnisdarstellung im Werteset	38
Abbildung 9 Plastik GmbH Werteset	42
Abbildung 10 Plastik GmbH Organigramm	57
Abbildung 11 Plastik GmbH Stakeholderanalyse	58

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Erläuterung der zehn Wertetypen	7
Tabelle 2 Wertetabelle zur Auswertung der Experteninterviews	32
Tabelle 3 Wertedefinitionen	47
Tabelle 4 Wertetabelle zur Auswertung Plastik GmbH	59
Tabelle 5 Angepasste Wertetabelle zur Auswertung der Experteninterviews.....	70

Management Summary

Wie können Unternehmen vorgehen, um zielkongruente Werte für das Unternehmen aus Sicht der wichtigsten Stakeholder zu ermitteln? Die Ermittlung passender Werte zu festgelegten Unternehmenszielen stellt die Grundlage eines fundierten Wertemanagementprozesses im Unternehmen dar. Die wissenschaftliche Literatur beschäftigte sich bisher kaum mit den konkreten Zusammenhängen von Werten und Unternehmenszielen. Da Unternehmensziele immer direkt oder indirekt durch die Erwartungen und Ansprüche der betreffenden Stakeholder beeinflusst werden, sollten auch diese im Prozess der Werteermittlung Beachtung finden.

Der in dieser Arbeit erstellte Handlungsleitfaden soll diejenigen im Unternehmen unterstützen, die sich innerhalb des Unternehmens mit Unternehmenskultur, insbesondere mit Werten, befassen. Der Handlungsleitfaden beginnt mit der Analyse der wesentlichen Stakeholder für ein Unternehmensziel. Anschließend werden stichprobenartig die wichtigsten Stakeholder, die in der Stakeholderanalyse ermittelten Spielmacher, im Rahmen eines leitfadengestützten Experteninterviews befragt, um deren Erwartungen und Einstellungen sowie Wertvorstellungen zu analysieren. Das Ergebnis des Handlungsleitfadens bilden die identifizierten Einzelwerte, welche aufgelistet und in das Werteset von Schwartz eingeordnet werden. Der Handlungsleitfaden kann individuell mit jedem Unternehmen und Unternehmensziel durchgeführt werden.

Exemplarisch wurde dieser im Unternehmen Plastik GmbH in Kunststoffstadt für das Unternehmensziel ‚Mitarbeiterzufriedenheit‘ angewendet. Bei der Expertenbefragung wurden Hilfsbereitschaft, Kommunikation, Offenheit und Abwechslung als wesentliche Werte für die Zufriedenheit der Mitarbeiter ermittelt. Im Werteset von Schwartz ergaben die Expertenmeinungen die Ebenen ‚Wohlfühlen‘ und ‚Leistung‘.

Die Anwendung des Leitfadens zeigte, dass die Vorgehensweise praktikabel ist. Die Ermittlung zielkongruenter Werte ist ein wichtiger Bestandteil im Wertemanagement, an welchem alle folgenden Prozesse anknüpfen sollten.