

Shirley Barnes Stadler
Dr. Walter Bircher
Dr. Stefan Streiff

Der Begriff «Wert» im Management

Eine kritische Annäherung
an das Value Based Management

Management Weiterbildung
Universität Zürich Heft 21

Verlag Paul Haupt
Bern • Stuttgart • Wien

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	7
2.	Der Begriff Wert	9
2.1.	Definition	9
2.2.	Wertwelten	10
2.3.	Wertewandel	10
2.4.	Der Ort des Begriffs Wert: Kultur	13
2.5.	Vom Umgang mit Werten in Unternehmen und Organisationen	14
3.	Der Wertbegriff in der Unternehmensführung: Value based Management	18
3.1.	Aspekt der Markt-und Kundenorientierung	19
3.2.	Aspekt des Personalmanagements	21
3.3.	Aspekt der finanziellen Unternehmensführung	23
3.4.	Fazit	23
4.	Die Strategie von The Body Shop,	25
4.1.	Das Unternehmen	25
4.2.	Ethische Grundsätze und deren Umsetzung im Kerngeschäft	26
4.3.	Soziales Engagement der Unternehmung	28
4.4.	Fazit	29
5.	Der Leistungsauftrag der ZKB	30
5.1.	Zwecksetzung und Profilierung	30
5.2.	Der Leistungsauftrag	31
5.3.	Wertorientierung des Leistungsauftrages	32
5.4.	Das Spannungsfeld	34
5.5.	Integration materieller und immaterieller Werte	35
5.6.	Positionierung als Lösungsansatz?	37
6.	Wertorientierung in der öffentlichen Verwaltung (Kt. Zürich)	38
6.1.	Wirkungsorientierte Verwaltungsführung	38
6.2.	Entwicklung der Verwaltungskultur im Projekt der wirkungsorientierten Verwaltungsführung	40
6.3.	Integration nicht-ökonomischer und ökonomischer Werte in der Verwaltungsreform. Findet sie statt?	43
6.4.	Welche Massnahmen wären für die Förderung der Integration von nicht ökonomischen Wertbegriffen in der öffentlichen Verwaltung förderlich?	44
7.	Schlussbemerkungen	45
8.	Literaturverzeichnis	48