

ORGANISATOR

Das Magazin für KMU ORGANISATOR.ch

8-9/
09

Gesundes Business kann nur **unternehmerisch entstehen**. Und der Unternehmer bzw. die leitenden Führungskräfte sind die Schlüsselpersonen.»

S.16

Christian Mugrauer
über den Kern von
gesundem Business.

SONDERTEIL IT-SECURITY ab S. 25

ORGANISATOR

IT-SECURITY '09

Trends für KMU 01/09
organisator.ch

IT-Compliance
Management:
Was dahintersteckt

In allen Bereichen von Wirtschaft und Verwaltung ist die Informationstechnologie das zentrale Steuerungsinstrument. Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit, Sicherheit und Ordnungsmässigkeit der dazu genutzten modernen Technologien sind Voraussetzung für die Arbeitsfähigkeit der betriebsfremden Anwendungsbereiche und müssen durch das Unternehmen sichergestellt werden.



Christian Thal, Deputy Head of the Swiss Federal Office of Information Technology (ETZ) and Head of the IT Security Unit.

Die umfassende Betrachtungsweise der Corporate Governance hat in den vergangenen Jahren zu einer Vielzahl an Gesetzen und Richtlinien geführt (SOX, BODSOL, PMS etc.). Diese verlangen von den betroffenen Unternehmen im Umgang mit Daten mehr Transparenz, die weit über eine gewöhnliche Buchhaltung hinausgeht, und stellen auch relevan-

se Anforderungen an den Einsatz von IT-Systemen. Branchenspezifische Bestimmungen und Datenschutz erheben zusätzliche Anforderungen an die Information, deren Organisation und Sicherheit. Mit Kontrolle Missbrauch Vorliegen (Non-Compliance) gegen entsprechende Vorgaben können schwerwiegende Folgen für Re-

putation, Unternehmenserfolg und Geschäftsführung sowie juristische Konsequenzen für Management und Verwaltungsrat nach sich ziehen. Compliance (wörtlich übersetzt «Einhaltung», «Befolgung») bedeutet die Einhaltung interner, externer, nationaler und internationaler Gesetze, Richtlinien und Bestimmungen im Unternehmen durch alle Organisationsmitglieder.

Fortsetzung auf Seite 26

DOSSIER:
VERSICHERUNGEN

S.37

WEB 2.0 Sogenannte soziale Netzwerke im Internet wie z.B. Facebook oder XING bieten neue Möglichkeiten für das Marketing. 18

KRITIK Man kann nicht immer nur loben. Aber ein korrekt geführtes Kritikgespräch kann Tadel in Leistungssteigerung umwandeln. 20

MOBIL Das «mobile Büro» ist immer mehr gefragt. Allerdings müssen erst ein paar technische Voraussetzungen erfüllt sein. 54

Der Unternehmer als Kern eines gesunden Business

Die Wirtschafts- und Finanzkrise ist in erster Linie eine Sinnkrise ungesunden Wirtschaftens. Gesundes Business wird mehr denn je gebraucht, und zwar ein unternehmerisch getriebenes. Somit wird der gesunde wertorientierte Unternehmer zum Nukleus eines gesunden Business.

VON CHRISTIAN MUGRAUER

Die derzeitige Wirtschaftskrise und die dafür verantwortliche Finanzkrise sind in erster Linie eine Sinnkrise ungesunden Wirtschaftens. Unsere Wirtschaftswelt ist gezwungen zu Wachstum, ist hochgradig vernetzt und kommt in einer nie gekannten Intensität plötzlich aus dem Rhythmus. Für ungesundes Wirtschaften gibt es viele Beispiele:

■ Finanzinvestoren haben teilweise ungesunde Erwartungen und ungesunde Methoden und dies hat negative Auswirkungen auf die Unternehmen. Es entsteht langfristig ein sehr ungesunder Effekt.

■ In vielen Konzern-Hochglanzbroschüren steht, dass die Mitarbeiter den Unterschied ausmachen – aber kaum ein Unternehmen kann diesen Anspruch tatsächlich umsetzen. Studien belegen immer wieder, dass nur 15% der Mitarbeiter ihr volles Potenzial einbringen. Häufig zeigen diese am Abend oder am Wochenende, wozu sie fähig wären, leider aber nicht während der Arbeitszeit.

■ Zahlreiche Manager werden zunächst hochgejubelt, sind aber als Leader nach einiger Zeit selbst ausgebrannt, verlieren die Motivation oder es zeigen sich die Schattenseiten ihrer kurzfristig orientierten Entscheide – ihr Effekt ist nicht nachhaltig und dies hat sofort Auswirkungen auf den langfristigen Erfolg eines Unternehmens.

■ Unternehmer haben teilweise kein gutes Image in der Gesellschaft, obwohl KMU das Rückgrat der Wirtschaft bilden.

■ Obwohl die Wirtschaft Wachstum braucht, sind gleichzeitig die globalen Ressourcen begrenzt. Diese Tatsache wurde lange ignoriert und hat u.a. zum bestehenden Klimaproblem geführt.

Stellen wir fest: Ein gesundes Business sieht anders aus. Der Staat kommt als Problemlöser nicht in Frage. Er bemüht sich zwar mit grossem Aufwand, Schadensbegrenzung zu betreiben. Aber nachhaltig lösen kann er die Probleme nicht. Wollen wir ein gesundes Business, so muss dieses aus den vielen tausend KMU heraus gestaltet werden.

Führung statt Management

Was ist aber das Ziel dabei und wo ist der Sinn? Welches sind die Prinzipien, die die Unternehmen dabei leiten sollen? Es gibt bedeutende Trends, welche die Unternehmen schrittweise zu einem fundamentalen Umdenken bewegen werden:

■ Der Demografie-Effekt wird junge Erwachsene in eine Position bringen, in der sie sich den Arbeitsplatz und das Unternehmen aussuchen können. Niemand hat mehr Lust, «gemanaged» und «aligned» zu werden. Führung statt Management ist gefragt.

■ Zunehmende Sinn-Orientierung führt zu einem fundamentalen Bewusstseins- und Wertewandel. Hochglanzbroschüren ohne tatsächliche Wirkung werden in Zukunft wertlos sein. Nur eine nachhaltige Unternehmensführung kann dies reflektieren.

■ Experten sagen voraus, dass die Themen Klimawandel und Energie die Art des Wirtschaftens in den nächsten 50 Jahren entscheidend verändern werden.

Diese Faktoren werden mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit zu einer Gegenbewegung hin zu einem gesünderen Business führen, das idealerweise attraktiv für den Unternehmer, die Mitarbeiter, die Kunden, die Umwelt sowie die Gesellschaft ist.

Gesunde Unternehmensentwicklung von innen nach aussen

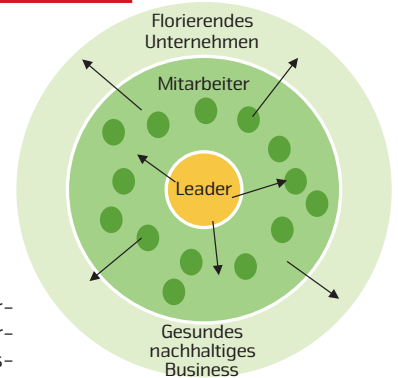
Business entsteht unternehmerisch

Gesundes Business kann nur unternehmerisch entstehen. Und der Unternehmer bzw. die leitenden Führungskräfte sind die Schlüsselpersonen. Gesunde Unternehmensentwicklung geschieht von innen nach aussen. Der Chef als Spielmacher – wird es ein «hart erkämpftes 1:0» oder ein «begeisterndes 5:1», das ist hier die Frage, und der Chef ist wie beim Fussball der entscheidende Mann.

Wenn er gestärkt und mit sich zu Frieden, entschieden und gewinnend voran geht, dann beeinflusst er auch die Mitspieler in dieser Hinsicht. Und diese bewirken dann Wachstum, nachhaltiges Wachstum. Wenn in Hochglanzbroschüren der Konzerne «unsere Mitarbeiter sind am Ende der entscheidende Unterschied» steht, dann ist dies oft nur ein Lippenbekenntnis. KMU haben hier eine ganz andere Situation. Nur wenn der Chef durch seine Persönlichkeit diese Kultur entscheidend positiv prägt, kann sich das Unternehmen überhaupt erst erfolgreich im Markt etablieren und nur so ist gesunder nachhaltiger Erfolg auf Dauer möglich.

KMU haben somit eine grosse Chance, gesundes Business entscheidend von Grund auf zu gestalten und sich als attraktives Unternehmen und attraktiver Arbeitgeber rechtzeitig zu differenzieren. Vielerorts ist dies natürlich bereits so. Aber es gibt noch ein riesiges Potenzial.

In jedem Fall verlangt ein gesundes Business einen gesunden Leader als Quelle, der seine Rolle in allen Ausprägungen versteht und erfolgreich lebt. Damit sollte der Unterneh-



mer bzw. der Geschäftsführer nicht nur für das Unternehmen eine Standort-Bestimmung durchführen, sondern für seine eigene Rolle ebenso.

Wertewandel zwingt zum Umdenken

Während bisher Werte mitunter aus sachlichen und pragmatischen Gründen betont werden, müssen diese künftig aus Überzeugung definiert werden. Und nicht nur dies, sondern sie müssen vor allem auch auf breiter Basis gelebt werden. Es muss also für alle Beteiligten ein echter roter Faden erkennbar und noch besser in der Unternehmenspraxis erlebbar sein. Dies stellt an eine Unternehmensentwicklung fundamental andere Anforderungen, als eben eine Hochglanzbroschüre zu produzieren, und benötigt eine ganz andere Art zu führen, als Mitarbeiter zu «managen». Wer Leidenschaft, Kreativität und Initiative auf gesunde Art entfachen will, muss Freiraum zugestehen und Vertrauen schenken, aber auch aus Fehlern konstruktiv lernen.

Gesundes Business verlangt ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagement bzw. eine nachhaltige Strategie-Arbeit in vier Richtungen:

1. Finanzielle Ebene
2. Markt-Ebene
3. Umwelt-Ebene
4. Soziale Ebene

Dieses Nachhaltigkeitsmanagement stellt aber keine «esoterische

ERROR: undefined
OFFENDING COMMAND: get

STACK:

/0
-dictionary-
1