

KTI-Projekt „ICT-gestütztes Stakeholder Management als unternehmerischer Erfolgsfaktor“ erfolgreich abgeschlossen.

Nach zweieinhalbjähriger Laufzeit konnten wir das von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) geförderte Forschungsprojekt im Juni 2008 erfolgreich abschliessen. Besonders freuen wir uns über die äusserst positive Beurteilung durch die Experten der KTI:

„Die Experten der KTI haben sich mit grossem Interesse mit den Resultaten des Projektes befasst. Sie konnten mit Genugtuung feststellen, dass sowohl die wissenschaftlichen wie auch die wirtschaftlichen Ziele vollumfänglich erreicht werden konnten. Das grosse internationale Interesse an den wissenschaftlichen Resultaten freut die Experten der KTI besonders.“

Wir bedanken uns herzlich bei allen Projektpartnern, insbesondere bei den Wirtschaftspartnern AEW Energie AG, Feller AG, Hunziker Partner AG und Pfizer Schweiz AG für die äusserst interessante und lehrreiche Zusammenarbeit!

Projektbeschreibung: Dem Projekt lag die Idee zu Grunde, dass jene Unternehmungen, welche die Nutzenpotenziale ihrer Stakeholderbeziehungen professionell nutzen, einen strategischen Wettbewerbsvorteil gegenüber ihren Konkurrenten erlangen. Diesen Erfolgspotenzialen – beispiele dafür sind Kooperation, Information, Wissen oder Vertrauen – schenken Unternehmungen bisher zu wenig Beachtung. Im Projekt wurden Tools und Methoden entwickelt, um diese Potenziale systematisch auszuschöpfen und gemeinsam mit und für Stakeholder Wert zu schaffen.

Bisher fehlte ein Konzept, um den Einfluss von Stakeholderbeziehungen auf den Erfolg der Unternehmung besser zu verstehen. Mit dem im Projekt entwickelten Stakeholder Value Management System und den dazugehörigen Tools und Methoden können diese Zusammenhänge nun erfasst werden. Das System umfasst einen durchgehenden Managementprozess, der sich bewusst und umfassend mit den relevanten Stakeholdern auseinandersetzt und mögliche Massnahmen und deren Wirkung fass- und kommunizierbar macht.

Gemeinsam mit den vier Wirtschaftspartnern und Fallbeispielen AEW Energie AG, Feller AG, Hunziker Partner AG und Pfizer Schweiz AG wurden im Projekt strategisch relevante Problembereiche bzw. Issues definiert, für die ein Stakeholder Management aufgebaut wurde. Anschliessend wurden in qualitativen Interviews und Workshops die Stakeholder sowie die Nutzen- und Risikopotenziale identifiziert, die mit den Stakeholdern assoziiert werden. Im Folgenden ging es darum, Wege zu finden, um den Nutzen aus diesen Potenzialen auszuschöpfen und die Risiken zu minimieren. Unter der Leitung des Moderations- und Forschungsteams wurde ein Dialog zwischen den jeweiligen Unternehmen und den ausgewählten Stakeholdern aufgebaut, in welchem die Issues und die damit verknüpften Chancen und Risiken aus Sicht der Unternehmung und der Stakeholder diskutiert und mögliche Lösungswege erarbeitet wurden. Durch die vom Projektteam gewählte qualitative Vorgehensweise und Ansätze aus der Mediationspraxis konnte sichergestellt werden, dass der Fokus der Dialoge auf den gemeinsamen, geteilten Wahrnehmungen und dem Nutzen der Stakeholderbeziehungen und damit auf der gemeinsamen Wertschöpfung lag. So konnte für die vier Wirtschaftspartner deutlich gemacht werden, welcher Wert in ihren jeweiligen Stakeholderbeziehungen liegt und dass diese ein wichtiges Kapital sind, welches es strategisch zu nutzen, aber auch mit der gegebenen Verantwortung zu pflegen gilt.

Je eher eine Unternehmung auf einer partnerschaftlichen Basis mit den relevanten Stakeholdern den Dialog pflegt, umso wahrscheinlicher kann sie das Spannungsfeld

zwischen den vielfältigen Ansprüchen, die heute an eine Unternehmung gestellt werden, auflösen. Erfolgreich ist eine Unternehmung dann, wenn sie für und mit ihren Stakeholdern Wert im Hinblick auf ihre Innovationsfähigkeit, ihre Positionierung im Markt und in der Gesellschaft schaffen kann. Mit Hilfe des Stakeholder Value Management Systems kann aufgezeigt werden, wo und wie ein systematisches Stakeholdermanagement dazu beiträgt, dass eine Unternehmung innovativ, wettbewerbsfähig und glaubwürdig ist.

Das Stakeholder Value Management System ergänzt bestehende Ansätze wie die Balanced Scorecard, das EFQM oder die Global Reporting Initiative (GRI), die den Erfolg einer Unternehmung aus einer breiteren als nur der ökonomischen Perspektive darstellen. Es ergänzt diese Bestrebungen als erprobte Systematik, wie man im Dialog mit den relevanten Stakeholdern gezielt nachhaltige Beziehungen aufbaut, die eine Unternehmung stabilisieren, um langfristig erfolgreich zu sein.