

# Measuring Culture

...enhancing „manageability“.

## Warum ...?!

Was ist schon besonders an „Management“? Wer es kann, kann es halt und wer nicht, nun den kann man immer noch trainieren. ...

Und dennoch wissen wir alle, dass „Management“ eine Aufgabe ist, die meist irgendwie gelingt, oft genug nicht so, dass alle überzeugt sind, dass es optimal war, öfters schon so, dass man sich sehr sicher fühlt – „Profi“ halt ... - und bisweilen so, dass hinterher jeder genau darlegen kann, warum das betrübliche Ergebnis nicht an ihm lag.

Wenn es um echte Herausforderungen wie die Konfrontation mit neuen Akteuren, Märkten, (Globalisierung) Spielregeln (Basel-III, EU, TTP, Compliance etc.) geht, oder gar um noch gar nicht genau prognostizierbare Herausforderungen wie die Digitalisierung, den demographischen Wandel und seine Folgen – dann muss in der Komplexität seines Ineinanderwirkens das ganze Unternehmen auf höchste Effizienz getrimmt werden, Wandlungsfähigkeit sichergestellt und steuerbar werden, und echte Werte dennoch erhalten und operativ nutzbar gehalten werden. Und immer noch muss dies „dem Kunden“ kommunizierbar bleiben.

Die Komplexität liegt begründet in der menschlichen Natur und ihren tausenderlei Facetten, für die der unternehmerische Effizienzdruck vor allem eines NICHT hat – nämlich genügend Zeit!

Also besteht ein kardinales Interesse daran, einen Zusammenhang aller dieser komplexen Faktoren zu kennen, zu verstehen und verständlich machen zu können, um dann mit den bereits operablen Management-„Techniken“, -Verhaltensweisen und -Strategien erfolgreich die genannten Herausforderungen zu meistern.

Anders gesagt, ist die Kenntnis und die Operationalisierbarkeit der Kultur des Unternehmens eine bedingende Erfolgsvoraussetzung für erfolgreiche Merger&Acquisitions, Veränderungsvorhaben, Digitalisierung und den globalen Wettbewerb – ohne hier abschließend aufzählen zu wollen.

Das vorliegende Konstrukt erzeugt eine operationelle Managementfähigkeit zur zielführenden Integration des scheinbar so diffusen Phänomens „Kultur“ als Plattform der Handlungs- und Veränderungsmotivationen aller mitzunehmenden Akteure.

Folglich geht es um konkrete, messbare und systemische Management-Fähigkeiten des Unternehmens – „Manageabilities“ – in Ergänzung zu den in Praxis befindlichen Managementpraktiken und -Strategien.

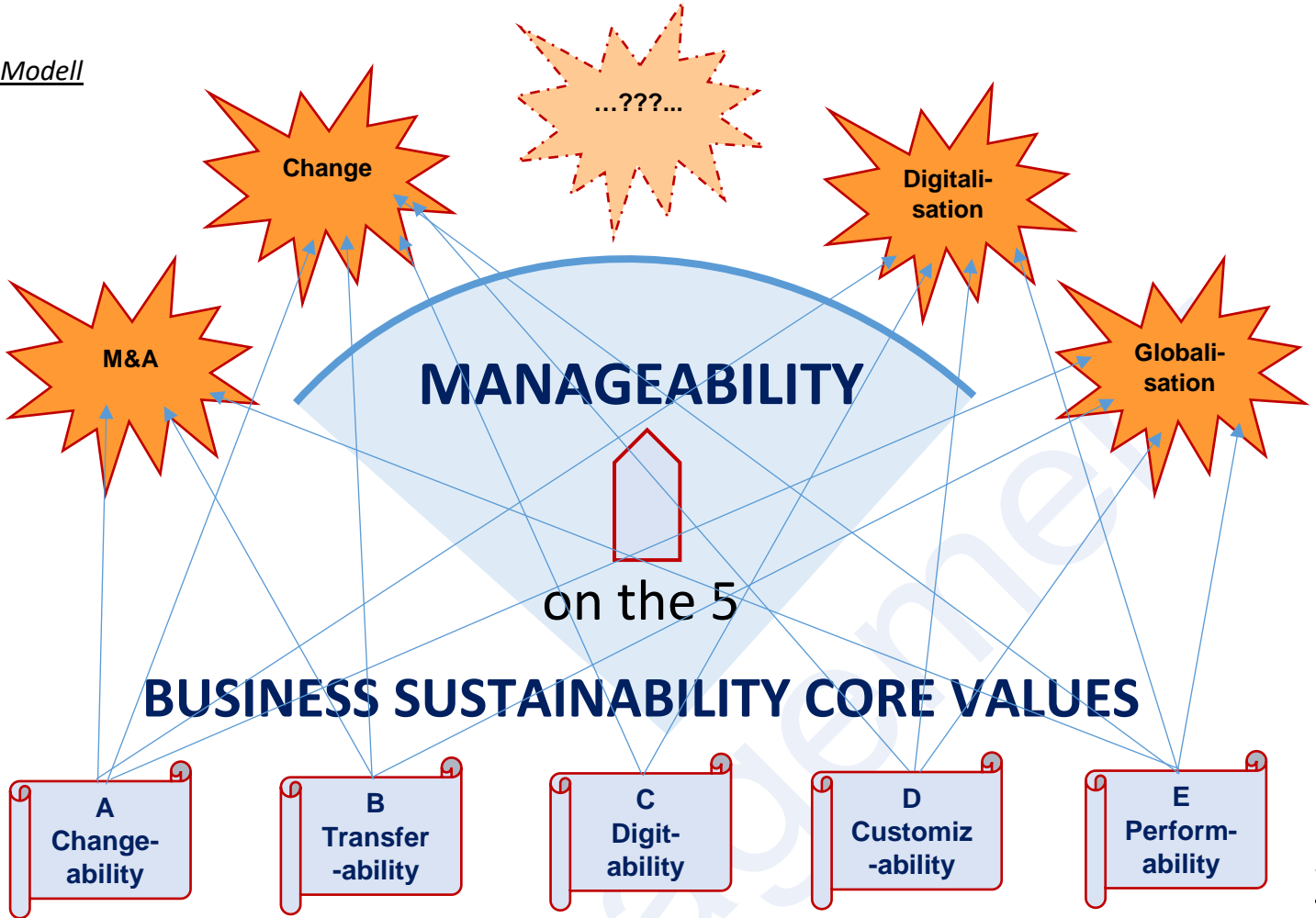
Es macht Kultur „managebar“ - ... und Management „kultivierbar“.

Kultur = lat. „cultura“ – Bearbeitung, Pflege, fruchtbarer Ackerbau.

**Peter Drucker:**

**„Culture eats Strategy for breakfast.“**

Modell



2

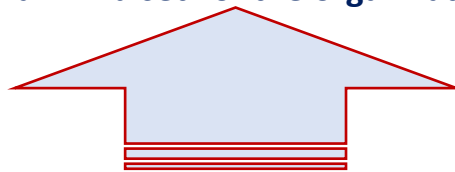
**Making**

- Success “manageable” under whatever challenge
- Leadership challenge predictable & “coachable”
- Business organization “tuning” charges clear

**Being**

The “cultural mind set” of the organization

**Directable by 7 KPI’s:**



KPI N°1	KPI N°2	KPI N°3	KPI N°4	KPI N°5	KPI N°6	KPI N°7
Culture Relevance & Consciousness	Staff Alignment on mission	Cultural Perseverance	Cultural Coherence	Cultural Risk Patterns	Corporate Development Culture	Cultural Agility

*Steve Jobs:*

**„Culture can be the wind in your sails – or the leak in the bottom of your ship.  
Decide - and manage it!“**