

2 WERTE: WARUM BAUEN WIR UNTERNEHMEN?



2 WERTE: WARUM BAUEN WIR UNTERNEHMEN?

Am Anfang steht immer die Sinnfrage: Warum machen wir, was wir machen? Organic Venture Building steht für eine neue Art, Unternehmen aufzubauen – Unternehmen, die uns langfristig die Möglichkeiten bieten, ein erfülltes und zufriedenes Leben zu führen. Sie sind die Katalysatoren, die die monetäre Sicherheit abbilden sollen.

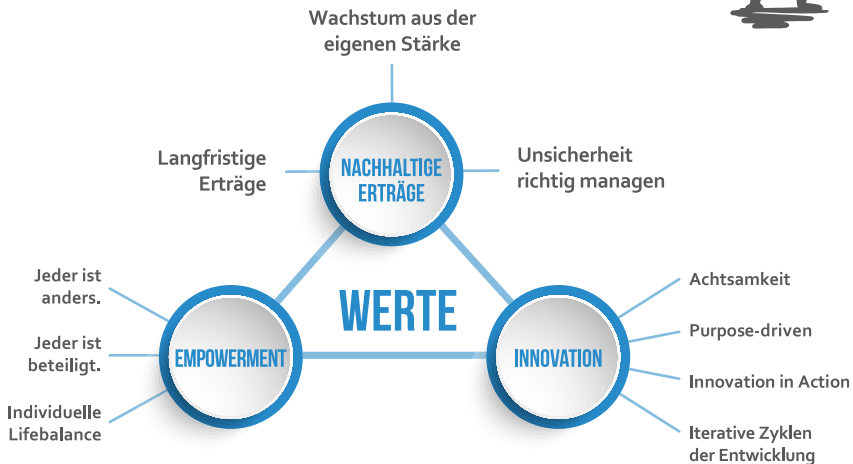


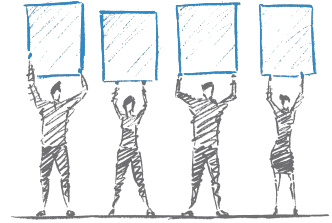
Abbildung 3 Werte von Organic Venture Building

Organic Venture Building fokussiert drei Gründe, warum Unternehmen aufgebaut werden:

EMPOWERMENT → MENSCH

Im Zentrum stehen wir selbst als Individuum. Jede und jeder von uns hat Ziele, Wünsche und Träume. Heutzutage sind die meisten dieser Träume abhängig davon, wie viel wir verdienen. Das Ziel von Organic Venture Building ist es, Unternehmen zu bauen, die es uns ermöglichen, unsere Träume zu erfüllen. Dafür braucht es aber mehr als ein Unternehmen. Es braucht eine gemeinsame Einstellung dazu, wie wir selbst mit dem Verdienen umgehen möchten.

Es braucht eine Idee davon, was unsere internen, selbstbestimmten Träume sind und was uns von unserer Konsumgesellschaft vorgegeben wird. Die richtige Balance ermöglicht das persönliche Wachstum, um Großes zu schaffen.



Wir bauen daher Unternehmen, weil wir für uns selbst einen Raum schaffen, in dem wir uns nachhaltig entwickeln können.

INNOVATION → GESELLSCHAFT

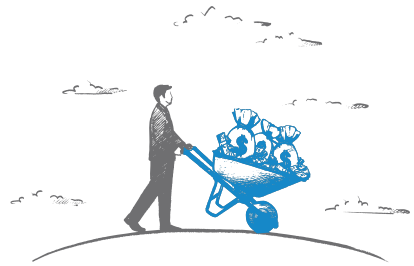
Neben der persönlichen Entwicklung soll jedes Unternehmen ein Problem am Markt lösen. Denn nur wenn das Unternehmen das Problem besser löst als bestehende Unternehmen, kann es einen Marktanteil erhalten. Ob gewollt oder nicht, ein Unternehmen greift damit massiv in das gesellschaftliche Gefüge seiner persönlichen Umwelt ein. Innovation bezeichnet den Vorgang, etwas Neues und Besseres in die Welt zu bringen, um das Leben zu erleichtern. Im Rahmen von Organic Venture Building geht es darum, diese Tatsache im Sinn einer Verantwortung anzunehmen.



Wir bauen daher Unternehmen, weil wir eine Umwelt mitgestalten, in der wir selbst leben wollen.

NACHHALTIGE ERTRÄGE → LANGFRISTIGKEIT

Jede und jeder muss für sich entscheiden, warum sie/er ein Unternehmen aufbauen möchte. Eine Strategie besteht darin, Unternehmen aufzubauen, deren Wert zu erhöhen und sie dann schnell zu verkaufen. Die/der Nächste nutzt schließlich die Assets, die verwendet werden können. Die andere Strategie ist langsamer, schafft dafür aber nachhaltige Strukturen, die die Basis für eine eigenständige Entwicklung legen.



Wir bauen mit Organic Venture Building Unternehmen, weil wir nachhaltige neue Erträge schaffen wollen, die uns langfristig die Zukunft sichern.

Muss es daher immer ein Organic Business sein?

Die Antwort lautet ganz klar Nein. Ein Unternehmen ist immer ein Zusammenschluss von Menschen, die gemeinsam etwas aufbauen, umsetzen oder entwickeln möchten. Es ist unerlässlich, von Beginn an zumindest in der Vision eine gemeinsame Idee davon zu haben, wo der Weg hinführen soll. Der Kern von Organic Venture Building besteht darin, Unternehmen mit den oben definierten Werten aufzubauen.

Heißt das, dass die Unternehmen nicht an größere Unternehmen verkauft werden dürfen?

Nein. Oder anders formuliert: Genau das kann auch das Ziel sein. Oft braucht es das Neue, um etwas zu starten und selbst an Stärke und Identität zu gewinnen. In Hinblick auf die Weiterentwicklung und Sicherung des Unternehmens kann es sinnvoll sein, sich mit anderen Unternehmen zusammenzuschließen oder sich einem größeren Unternehmen anzuschließen. Dies kann auch die Basis dafür sein, dass die Werte des Unternehmens auf das größere Unternehmen übergehen und dort einen positiven Prozess der Weiterentwicklung auslösen.

WARUM BAUEN WIE DAHER UNTERNEHMEN...

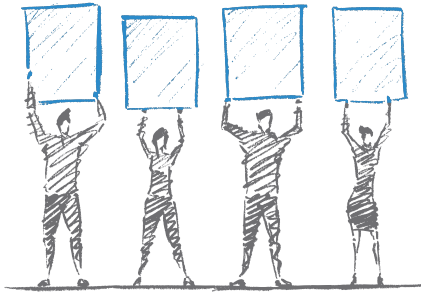
Wir bauen Unternehmen, weil wir für uns und unsere Familien langfristig aktiv unsere eigene Zukunft schaffen möchten – eine Zukunft, in der wir selbst, aber auch die, mit denen wir gemeinsam Unternehmen aufbauen, gut leben können.

Wir bauen deshalb Unternehmen, weil eine Veränderung immer Neues benötigt, damit sie wachsen kann und am Ende ihres Zyklus die Basis schafft, etwas Neues daraus erwachsen zu lassen.

Mit Organic Venture Building wollen wir gemeinsam Unternehmen schaffen, die für eine definierte Zeit einen wesentlichen Beitrag für unsere Gesellschaft leisten.



2.1 EMPOWERMENT → MENSCH



Im Zentrum jeder Aktivität stehen wir selbst. Um erfolgreich Unternehmen aufzubauen, schließen sich Menschen zusammen, die gemeinsam etwas erreichen wollen, was sie allein nicht schaffen können. Dies ist nur dann von Erfolg gekrönt, wenn man offen über die Wünsche, Erfahrungen und Möglichkeiten jeder und jedes Einzelnen spricht.

Oft wird der Gaul jedoch von hinten aufgezügelt. Zu Beginn wird alles beschönigt und in der Zusammenarbeit findet man die Wünsche, Erfahrungen und Möglichkeiten jeder/jedes Einzelnen heraus. Dies dauert aber sehr lange und auf dem Weg dorthin tauchen Missverständnisse, Irrwege und nicht erfüllte Hoffnungen auf. Diesen Prozess kann man nicht überspringen, aber es gibt Möglichkeiten, ihn zu verkürzen.

Der erste Weg dorthin fängt mit den Gründerinnen und Gründern an. Diese müssen für sich herausfinden, was sie können und was nicht, und auf Basis dessen ein Team aufbauen, das die fehlenden Fähigkeiten mitbringt. Je bewusster man sich seiner eigenen Stärken ist, desto leichter kann das richtige Team gefunden werden. Neben der Klarheit über den Ist-Zustand muss man sich vor Augen halten, dass die Gründung eines Unternehmens dazu führt, ständig an seine persönlichen Grenzen gebracht zu werden, gleichzeitig lernt man, mit vielen Irritationen umzugehen. Dies bedeutet ein ständiges Arbeiten an seinen persönlichen Fähigkeiten, Einstellungen und Lösungsansätzen.

In Bezug auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter muss klar sein, dass diese aus einer anderen Motivation heraus mitarbeiten als man selbst als Gründerin/Gründer. Sie haben eine andere Vorstellung von Arbeitsumgebung, andere Erfahrungen und Einstellungen. Unter Rücksichtnahme auf diesen Umstand muss eruiert werden, ob die jeweiligen Lebenseinstellungen zur Unternehmenskultur passen. Das Ziel sollte sein, eine Kultur zu schaffen, die die persönliche Weiterentwicklung ermöglicht.

ORGANIC VENTURE BUILDING BASIERT IM BEREICH EMPOWERMENT AUF DREI GRUNDWERTEN

JEDE/JEDER IST ANDERS:

Das Verständnis darüber, dass jede Person eine andere innere Einstellung und Triebkraft hat, ermöglicht es, Personen dort einzusetzen, wo die jeweilige interne Triebkraft die größte Wirkung entfalten kann.

JEDE/JEDER IST BETEILIGT:

Wenn wir gemeinsam etwas aufbauen, sollen alle Beteiligten entsprechend ihrem Risikoprofil und ihrem Zeiteinsatz auch am Mehrwert beteiligt sein.

INDIVIDUELLE LIFEBALANCE:

Es braucht eine gesunde Balance zwischen Arbeit, Familie und Freizeit, die individuell unterschiedlich ist. Geld ist der wesentliche Faktor, um Impulse für die Zukunft und nicht zur kurzfristigen Befriedigung von Gefühlen zu setzen.





2.1.1 JEDE/JEDER IST ANDERS: DIE INTRINSISCHE MOTIVATION NUTZEN

Bereits in der Schule haben wir gelernt, dass wir alle anhand der gleichen Kriterien bewertet werden. Dabei ist es irrelevant, welche persönlichen Voraussetzungen man mitbringt und wie gut oder begabt man in einem Feld ist, jede Schülerin und jeder Schüler wird kategorisiert und klar messbar bewertet. Es hat sich jedoch gezeigt, dass wir nicht gleich sind. Jede und jeder von uns hat unterschiedliche Begabungen und Fähigkeiten. Im täglichen Stress des Berufslebens wird dies oft übersehen. Personen werden in Rollen und Positionen gedrängt, die sie nicht erfüllen können. Gleichzeitig werden Zielvorgaben aufgebaut, die unerreichbar sind. Dies führt zu Stress, Burnout und Resignation.

Beim Aufbau von Unternehmen werden sehr viele unterschiedliche Fähigkeiten benötigt, die jedoch in einem ständigen Wandel begriffen sind. Das Unternehmen braucht daher im Lebenszyklus zu unterschiedlichen Zeiten andere Rollen.

Das Problem besteht darin, dass sich Personen bis hin zur Geschäftsführerin/zum Geschäftsführer und den Gründerinnen und Gründern in ihrem Rollenbild stark verändern müssen, um den unterschiedlichen Anforderungen im Lebenszyklus zu entsprechen. Oft ist ihnen dies jedoch entweder nicht bewusst oder diese Anpassungen erfolgen schlichtweg nicht.

Wenn man eine Kultur entwickelt, in der alle offen über ihre Fähigkeiten sprechen, ein Rahmen gegeben wird, in dem man sich weiterentwickeln kann, und man das Verständnis hat, dass auch ein Unternehmen unterschiedlichen Lebenszyklen folgt, die unterschiedliche Rollen brauchen, dann können diese Rollen im Unternehmen bestmöglich erfüllt werden.

Jede Person hat eine innere Triebkraft, mit der die Aufgaben des täglichen Lebens erfüllt werden. Lex Sisney hat ein Modell entwickelt, um die unterschiedlichen Faktoren des Managements, die im Aufbau benötigt werden, zu beschreiben. Diese sind „Producing“, „Stabilizing“, „Innovating“ und „Unifying“, als „PSIU“ bezeichnet. ^[6] Jeder dieser Faktoren drückt sich durch unterschiedliche Patterns aus, deren Kombination den Unternehmen den Weg vorgibt. Dabei muss unterschieden werden, ob für das ganze Unternehmen (whole) oder seine Teilbereiche (parts) agiert wird.

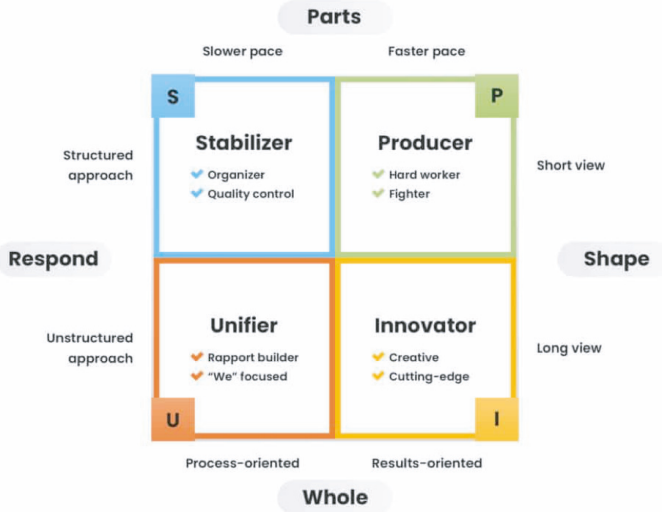


Abbildung 4 Die vier Arten des Managements^[6]

PRODUCERIN/PRODUCER:

Die Producerin/der Producer fokussiert kurzfristig in schnellem Tempo, um das System aufzubauen. Die Person ist sehr zielgerichtet und ergebnisorientiert. Die Producerin/der Producer konzentriert sich auf „what to do now“.

STABILIZERIN/STABILIZER:

Die Stabilizerin/der Stabilizer fokussiert sich auf die Elemente, die das gesamte System ausmachen. Die Person handelt langsamer, ist sehr strukturiert und prozessorientiert. Die Stabilizerin/der Stabilizer konzentriert sich auf „how to do things“.

INNOVATORIN/INNOVATOR:

Die Innovatorin/der Innovator ist auf die Umgebung und das Gesamtsystem fokussiert. Die Person ist sehr schnell, ergebnisorientiert, aber mit einem Blick auf die langfristige Umsetzung. Ihre Weltanschauung ist: „Why not?“

UNIFIERIN/UNIFIER:

Die Unifierin/der Unifier betrachtet das System als Ganzes, ist in der Umsetzung aber langsamer und prozessorientiert, vergleichbar mit der Stabilizerin/dem Stabilizer. Die Unifierin/der Unifier ist aber im Gegensatz zur Stabilizerin/zum Stabilizer unstrukturiert und auf langfristige Ergebnisse ausgerichtet. Die Person fokussiert sich auf „who is involved“.

Die meisten Menschen haben nicht nur eine dieser Rollen inne, sondern vereinen verschiedene Ausprägungen in unterschiedlicher Stärke in sich.

IN EINER ORGANISATION STELLEN UNTERSCHIEDLICHE ROLLEN UNTERSCHIEDLICHE ANFORDERUNGEN.

Ein Unternehmen besteht aus der Summe seiner Funktionen mit jeweils definiertem Entscheidungsraum. In der Unternehmensstruktur werden diese unterschiedlichen Funktionen abgebildet. Jede dieser Funktionen hat unterschiedliche Aufgaben und benötigt daher Personen mit unterschiedlichen persönlichen Motivationen. In der nächsten Grafik werden die Funktionen in einer möglichen Struktur dargestellt. Für jede Funktion werden die unterschiedlichen Antriebskräfte dargestellt, die Großbuchstaben symbolisieren den jeweilig benötigten Fokus.

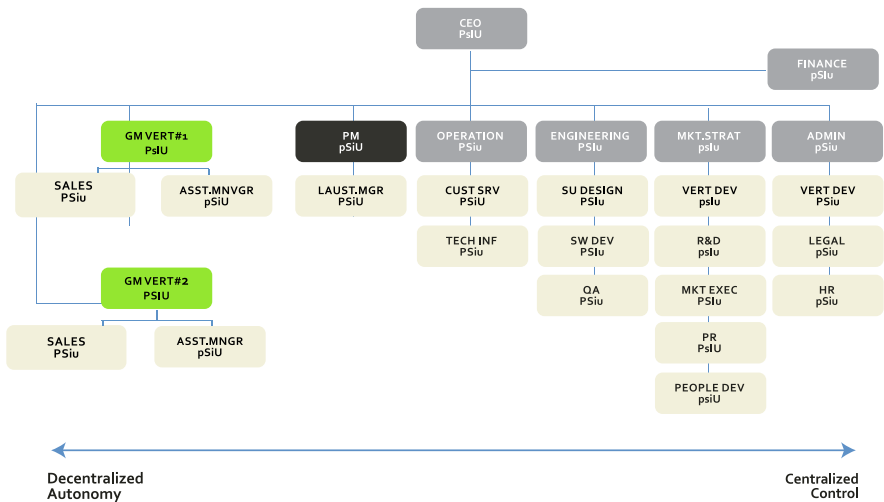


Abbildung 5 Struktur richtig gemacht. Sie sollten sofort erkennen können, wie Sie dieses Geschäft skalieren können. [7]

STRUKTUR RICHTIG GEMACHT. SIE SOLLTEN IN DER LAGE SEIN, SOFORT ZU SAGEN, WIE SIE DIESES GESCHÄFT SKALIEREN KÖNNEN.



Für die Umsetzung und Entwicklung der eigenen Struktur müssen ein paar Stolpersteine umgangen werden. Funktionen, die auf Effizienz (wie z. B. Betrieb, Qualitätskontrolle, Administration) ausgelegt sind, werden meistens jene Funktionen, die auf Effektivität (wie z. B. Verkauf, Marketing, Strategie) ausgerichtet sind, erdrücken. Weiters sollten Funktionen, die auf langfristige Umsetzung ausgerichtet sind (wie z. B. Forschung, Markenentwicklung), nicht von kurzfristigen Funktionen (Verkauf, Marketing) verwaltet werden. Im Aufbau des Unternehmens muss eine Balance zwischen Kontrolle und Autonomie gefunden werden, damit die Flexibilität nicht verloren geht und sich die Funktionen an den Markt anpassen können. ^[7]

Auf der anderen Seite braucht es ein Controlling, damit das Unternehmen nicht an Liquidität verliert, dies sollte zentral passieren. Abgeleitet von diesen Annahmen müssen schließlich für die einzelnen Funktionen die richtigen Personen gefunden werden. Wenn sich die Strategie des Unternehmens ändert, müssen sich auch die Funktionen ändern.