



WERTHALTIG WEGWEISEND

Die Dinge nicht nur anders, sondern besser zu machen, das treibt Matthias Fifka um.

Zu gravierend sind die Veränderungen des 21. Jahrhunderts, als dass traditionelle Geschäfts- und Führungsmodelle noch zum Erfolg führen könnten. Das ökonomische, politische und soziale Umfeld wird zunehmend dynamisch und komplex. Starre Strategien sind angesichts der hohen Geschwindigkeit, mit der sich der Wettbewerb verändert, zum Scheitern verurteilt. Unter diesen Rahmenbedingungen müssen Führungskräfte ihre Mitarbeiter befähigen, eigenständig und innovativ zu agieren, da mit klassischer Anordnung und Kontrolle nicht die heute erforderliche Agilität und Flexibilität geschaffen werden kann.

Diese Notwendigkeit stetiger Veränderung führt jedoch leicht zu Orientierungslosigkeit von Führungskräften und Mitarbeitern. Denn Strategien und Ziele haben eine immer kürze Halbwertszeit. Verstetigte Unternehmenswerte können im von Wandel geprägten Umfeld ein Fundament für die langfristige Ausrichtung des Unternehmens schaffen und einen wertvollen Kompass für die Mitarbeiter, ihr Handeln entsprechend zu gestalten.

Erfahren Sie, wie Sie die Dinge nicht nur anders, sondern auch besser machen können, um die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts als Chance für Ihr Unternehmen zu nutzen, und dadurch nachhaltige Wettbewerbsvorteile für sich schaffen.

Prof. Dr. Matthias Fifka ist Vorstand des Instituts für Wirtschaftswissenschaft und Professor für BWL, insb. Strategie und Wertemanagement, an der FAU Erlangen-Nürnberg. Zudem ist er Gastprofessor an der University of Dallas, der Shanghai Jiao Tong University, der École Supérieure d'Angers und der Maastricht School of Management. In Forschung und Lehre beschäftigt er sich mit strategischem Management – insbesondere der ganzheitlichen Implementierung von Werte- und transformationale Führung, Nachhaltigkeit und Corporate Governance – sowie internationalen Wirtschaftsbeziehungen. In der Praxis berät er Unternehmen und andere Organisationen in diesen Bereichen.

Vorträge mit Matthias Fifka

In seinen Vorträgen verbindet Matthias Fifka auf dynamische und kurzweilige Weise Fachwissen, Reflexion und Inspiration. Klare und kritische Analysen sind für ihn die Grundlage neuer Ideen und Anregungen. Zukunftsfähige Strategien, wertebasierte und transformationale Führung sowie Nachhaltigkeits-Management angesichts der gravierenden Veränderungen des 21. Jahrhunderts sind seine Themen. Als erfahrener Redner bietet er für Fachtagungen, Kongresse und Events verschiedene individuell gestaltbare Vorträge an:

„Megatrends“ des 21. Jahrhunderts – Acht Entwicklungen, die Sie verstehen müssen, um Ihr Unternehmen in (die) Zukunft zu führen

Die Arbeits- und Unternehmenswelt entwickelt sich in einem rasanten Tempo. Megatrends wie Konnektivität, Wissen, Individualisierung und Globalität verändern die Art und Weise, wie wir leben und wirtschaften, grundsätzlich. Im immer intensiveren Wettbewerb spielen sie die entscheidende Rolle. Die Halbwertszeit von Technologien verringert sich, Kunden erwarten immer differenziertere Leistungen in immer kürzere Zeit, und die Komplexität der globalen Welt ist kaum noch zu überblicken. Wie sich diese Megatrends auf unternehmerisches Handeln auswirken und wie sie im eigenen Geschäftsmodell als Chance genutzt werden können, erfahren Sie in diesem Vortrag.

Transformationale Führung – Veränderung durch Motivation und Inspiration

Mitarbeiter kündigen nicht einem Unternehmen, sie kündigen einem Chef. Ein Viertel der Arbeitnehmer in Deutschland hat bereits eine innere Kündigung vollzogen und zeigt keinerlei Eigeninitiative und Einsatzbereitschaft mehr. Unzufriedenheit mit der Führungskraft, mangelndes Feedback und fehlende Anerkennung sowie eine wahrgenommene Sinnlosigkeit der eigenen Aufgabe sind häufige Ursachen für diese Resignation. Die transformationale Führungskraft hingegen vermag es, Werte und Einstellungen zu verändern und Engagement zu fördern, indem sie Sinn und Motivation stiftet. Denn Menschen wollen nicht nur für ihr finanzielles Auskommen arbeiten, sie wollen sinnvolle Ziele verfolgen und zu deren Erreichung kreativ und eigenverantwortlich beitragen. Lernen Sie die Grundlagen und Instrumente transformationaler Führung kennen.

"Saubere" Gewinne - Warum Werte erfolgreich machen

Moral und Ökonomie sind unvereinbar - eine gängige Meinung. Doch Unternehmen, die wertebasiert geführt werden, sind weniger anfällig für Risiken und langfristig erfolgreicher. Denn Werte schaffen nicht nur ein Bewusstsein für Risiken, sie machen Unternehmen auch attraktiv: für Arbeitnehmer, Kunden, Lieferanten und Investoren. In unserer turbulenten Zeit stiften Werte Orientierung und bilden die Grundlage für konsistente Entscheidungsprozesse. Erfahren Sie, wie Sie durch die Verankerung von Werten die Basis für eine erfolgreiche Strategie schaffen, die Kreativität und Motivation Ihrer Mitarbeiter fördern, Kunden gewinnen und Investoren für sich begeistern.

Moral und Reputation – Der gute Ruf als Erfolgsgarant

Moral und Reputation sind untrennbar miteinander verbunden. Moral umfasst Regeln, geschriebene und ungeschriebene, die uns sagen, was richtig und falsch ist, und so unser Verhalten bestimmen. Reputation wiederum dient unseren Interaktionspartnern als Grundlage dafür, unser Verhalten beurteilen zu können, besonders dann, wenn es keine verbindlichen Regeln gibt. Das bedeutet: Wer keine Moral hat, kann auch keine gute Reputation haben und wird dadurch unberechenbar. Aber wer hat schon gerne mit unberechenbaren Geschäftspartnern zu tun? Der Vortrag zeigt auf, wie durch Werte und Integrität ein guter Ruf geschaffen werden kann. Denn in der schnelllebigen, komplexen und medialen Welt des 21. Jahrhunderts, in der vieles nicht mehr regelbar ist, aber kaum noch etwas verborgen bleibt, ist Reputation das wichtigste Kapital eines Unternehmens.

Verantwortung in der internationalen Lieferkette – Mission Impossible?

Es gibt kaum noch ein Unternehmen in Deutschland, das keine Vorleistungen aus dem Ausland bezieht. Immer öfter sind darunter aber Länder, in denen der Schutz von Mitarbeitern und Umwelt eher klein geschrieben wird. Doch genau das fordern mehr und mehr Kunden, Investoren, Geschäftspartner und auch der Gesetzgeber. In Großbritannien können Unternehmen bereits seit 2015 auf Basis des „Modern Slavery Act“ für Verstöße ihrer Lieferanten gegen Menschenrechte verantwortlich gemacht werden. In Deutschland gibt es ähnliche Überlegungen. Erfahren Sie, wie Sie soziale und ökologische Standards bei Ihren Lieferanten implementieren, um Risiken zu reduzieren und durch Verantwortung und Nachhaltigkeit einen Mehrwert für sich und Ihre Lieferanten schaffen.

Nachhaltiges Investment – Hokuspokus oder langfristige Anlagestrategie?

Nachhaltiges Investment ist auf dem Vormarsch: Zu Jahresbeginn 2015 betrug das Volumen nachhaltiger Kapitalanlagen \$21,4 Milliarden weltweit. Gegenüber dem Jahr 2012 wuchs dieser Markt um rasante 61% und damit um ein Vielfaches schneller als der Gesamtmarkt. In Europa werden laut den Angaben der Global Sustainable Investment Alliance bereits 60% aller professionell verwalteten Geldanlagen unter Berücksichtigung *irgendeines* Kriteriums für Nachhaltigkeit getätigt – *irgendeines* deshalb, weil höchst umstritten ist, was nachhaltiges Investment überhaupt ist. Für Kritiker ist es Augenwischerei mit einem grünen Deckmäntelchen. Befürworter hingegen sehen darin eine langfristige Anlagestrategie, die marktgerechte oder sogar darüber hinausgehende Renditen erzielt. Was also macht nachhaltiges Investment aus und wie kann es zu einer erfolgreichen Kapitalanlage beitragen?

Nachhaltigkeitsreporting – Von der administrativen Pflichtaufgabe zum strategischen Element

Nachhaltigkeitsberichterstattung ist ein allgegenwärtiges Thema – nicht nur, weil die EU ab 2017 Großunternehmen zur Veröffentlichung eines Berichts zwingt, sondern auch weil immer mehr Kunden und Investoren ihn fordern. Besonders mittelständische Unternehmen bekommen in ihrer Rolle als Lieferanten den Druck großer Kunden zu spüren, die die Offenlegung sozialer und ökologischer Indikatoren verlangen. Allerdings ist ein Bericht mehr als eine Pflichtaufgabe. Er ist ein wertvolles Instrument zur strategischen und operativen Steuerung des Unternehmens. Was einen guten Bericht kennzeichnet, wie er einen Mehrwert für das Unternehmen schafft und welche Fallstricke bei seiner Erstellung zu überwinden sind, das erfahren Sie in diesem Vortrag.



Foto: Andreas Gebert

Telefon:
09131-8522376
Email:
mail@matthias-fifka.de