

ur 162

# Die Renaissance des „Wir-Gefühls“

## Nachhaltigkeit durch klare Wertesysteme

Egomanie und Shareholder-Value haben als Maß aller Dinge ausgedient, ist Elisabeth Heller überzeugt. Werte wie Sicherheit und Zusammenhalt seien Säulen auch des geschäftlichen Beziehungsmanagements für die Unternehmerin und Geschäftsführerin der internationalen Steuer- und Unternehmensberatung Heller Consult mit Sitz in Wien und Dubai. Familie und Unternehmen sind für Heller zwei Seiten derselben Medaille – entsprechend persönlich gewährt sie auch Einblick in ihren geschäftlichen Alltag, entsprechend praktikabel sind auch ihre Ratschläge und Handlungsleitfäden. Zusammengehörigkeit sieht Heller als Wirtschaftsfaktor: „Wo die Menschlichkeit zu kurz kommt, weil anonymes Kostenmanagement Religionscharakter angenommen hat, bietet sich der Clan als Heimat an“, sagt sie. Heller wäre wenig erfolgreich, würde der Unternehmenserfolg über, mit und im Clan nicht auch messbar sein. Diese Unternehmen, so die Autorin, verursachen deutlich geringere Kosten, schaffen demnach einen höheren Gewinn.

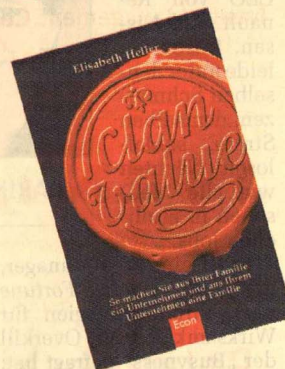
### Was der Clan bringt

Der vom Clan geschaffene Mehrwert erwachse aus dem konsequenten Einbinden von Mitarbeitern, Verwandten, Freunden, Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und Dienstleistern – Mut, Hoffnung oder Experimentierfreude als Instrumente, genauso wie angstfreie Kommunikation, Passion oder Respekt, so Heller. Als Unternehmer, so die Autorin, können u. a. folgende Werte, Clan Values, destilliert werden:

■ **Geringere Absenzen:** Das Miteinander senke die Fehlzeitenquote eindeutig, während hierarchisch geführte Organisationen jährliche Absenzen zwischen drei bis vier Wo-



Unternehmerin und Buchautorin  
Elisabeth Heller. Foto: Heller Consult



chen (neben Urlaub etc.) verzeichnen müssen.

■ **Geringere Ausfallraten durch Fluktuation:** Ein Industriebetrieb mit 180 Mitarbeitern könnte, so die Autorin, bei einer Senkung der Fluktuation um fünf Prozent langfristig sechs neue Arbeitsplätze schaffen.

■ **Langfristige, Gewinn bringende Kundenbindung:** 80 Prozent der Kunden wechseln einen Lieferanten aufgrund zu geringer Aufmerksamkeitswerte. Nicht der Preis oder die Qualität des Produktes sind entscheidende Faktoren, so Heller, sondern die Qualität der Beziehung zwischen Kunden und Firma. (haa)

Elisabeth Heller: „Clan Value. So machen Sie aus Ihrer Familie ein Unternehmen und aus Ihrem Unternehmen eine Familie“, Verlag Econ, €16,50.