

FORGA 140405 Draft Einrichtung von Instituten und Lehrstühlen der KSG



Hinweise für deren effiziente Errichtung und Organisation....ersetzt 140404

qualitativ ? – innovativ ? – leistungsbereit ? – flexibel ? – kompetent ? – wertebewusst ?

Q:\FORGA\F-140405-Inst-Gruendg\FORGA-140405 Einrichtung Institute-220307stk-brk.docx
Stan 140326stk>..>140405stk>151001stk>170804stk>220307stk-brk>220306stk>220309BsP
s.a.KSG-Wertekatalog 2017; SM131203-CopHy allg., Forga 130227 allg Org.<SM 130130
<http://www.karl-schlecht.de/lebenserfahrung/>

Titel: Gründung und Einrichtung von Instituten und Lehrstühlen der KSG
Hinweise für deren effiziente Errichtung und Organisation **im KSG-Sinn**

Kernaussage:

Nach drei jähriger Erfahrung der KSG mit den besonders hoch geförderten WEIT und LEIZ, müssen wir bei Neugründung und aktiver Begleitung künftig im Sinn- und Ziel gerechter Effektivität wirkungsvoller, d.h. zeitsparender, also effizienter und systematischer denken und handeln..

Die hier enthaltenden Überlegungen und Maßnahmen werden als wichtige Kooperations- Grundlage unseren Partnern in diesem Dokument als Leitlinie zusammengefasst und empfohlen. Deren Befolgung und verbesserung ist Teil des Contorllings (§5)

Zuständig dafür ist KSG Geschäftsbereich „Stiftungs- Programme“ GLP (StK/BsP) und die für GLP zuständige Referentin **(ab 150901 Springwald)**

Siehe hierzu auch...

SN 150606-KSG-MissionStatement; SM 150701-Organigramm

SM 130130 – Anregungen für Werte Bildung bei Instituts Gründung;

PM 04040 SBF – „Spectrum of Business Fundamentals, eine Auflistung aller Schritte bei Firmengründung; Forga 130227 elementare interne Org. Richtlinien für KSG/KSC; Details aus PWB. Soweit nicht öffentlich sind die KSG - Dokumente wie auch diese Forga über VPN zugänglich und nach DOCORG Regel bearbeitbar (Forga 951213).

Alle in dieser Forga genannten Regeldokumente (SM/ PM/ WD/ Forgas/Porgas sind zu finden unter DOWNLOAD in der Website www.karl-schlecht.de- für interne die immer aktuellste Version dieser bei KSG immer „lebenden“ Dokuments auch direkt über VPN. Viele auf KS-Website Downloads

Verteiler:

Alle Stakeholder und – vertraulich - externe Beteiligte bei Gründung von Instituten oder Lehrstühlen

– jetziger Anlass Update Lehren aus z.B. negative Erfahrungen bei WEIT, WEIB Fördereng, auswerten bei neuen Projekten LETHOS am IHS, HEITUM an der TUM München, siehe jeweils dafür angelegtes spezifisches SP- Projekt

Vorstand KSG

Dr. Katrin Schlecht (VV) stkn

Dr. Uwe Dyk (dku)

Dr. Philipp Bocks (bsp)

Öffentlichkeitsarbeit-Komm

Stefanie Grieger

Stiftungsreferent Bildung

Frank Henssler (hrf)

Sekretariat KS

Ana Draganidis (dsa)

Sekretariat GLV

Katharina Bannholzer, Eva Schall

1) **Ablauf und Zweck dieser FORGA**

Zuerst wird die Idee, Sinn und Zweck für die Gründung eines Institutes oder eines Lehrstuhls vom Initiator vorgetragen und dafür ein entsprechendes Dokument verfasst, als sog. **Letter of Intent** oder quasi Willenserklärung. Anlass und aktuelles Beispiel ist die Gründung von HEITUM (SM 140313) oder das mit Herrn Prof. Bordt an der IHS (Hochschule für Philosophie und Leadership) für Herbst 2014 geplante „LETHOS“ (Leadership Ethos Institut).

Zeitlich danach kommen sinngemäß, die in dieser FORGA beschriebenen Überlegungen und Maßnahmen analog zu einer Firmengründung, welche den Aufbau eines Institutes oder Lehrstuhles kurz beschreiben.

Aus praktischer Erfahrung weiter gesammelte Details sind willkommen, denn all diese Dokumente sind „lebendig“- wie auch diese FORGA. Der aktuelle Stand mit dem Kurzzeichen des letzten Korrektors ist oben rechts zu finden gemäß unserer einzuhaltenden Docorg Regel (Forga 951213).

Wohlgermerkt- **dies sind Anregungen**. Bei geschäftlich unerfahrenen Partnern bitte die Hilfe von KSG in Anspruch nehmen. Es dauert erfahrungsgemäß 1bis 2 Jahre, bis die hier angeregten Dokumente genauer und hinreichend ausgearbeitet werden können. Aber beim Start sollte versucht werden -der Effektivität wegen- so strukturierte **grobe Konzept-Versionen** zu erarbeiten und diese Dokumente in einem für Institute von KSG bereitgestellten (Muster-) Verzeichnis einzuordnen. Zu finden in P:\ALLE\Organisation\EDV_Mustr-Vrzchn\Institut

2) **Mission Statement**

Nach Abstimmung mit den in Frage kommenden Stakeholdern verfasst der Initiator (KSG) als ersten Schritt zur Klarheit von Sinn und Zweck ein sogenanntes **Mission Statement** (ausführlich beschrieben in PM 05079 oder Ripaf 0.0.1- siehe Anlage.)

- a) Es beschreibt in 2 Abschnitten Rolle und Aufgabe (Role and Mission), wie sie vom gewissenhaften und kompetenten Initiator im ersten Ansatz formuliert wird. Dies ist u.a. professionell beschrieben in dem exzellenten Buch „**The Essential Drucker**“, KS-Literaturliste Buch-Nr. O 2957 und in der KSG Geschenkbibliothek.
- b) *Dieser erste Entwurf des Mission Statement (s. unten*) wird dann abgestimmt mit den auf der Nehmerseite verantwortlichen Experten, bzw. dem Uni-Rektor, dem Leiter oder einem denkbaren späteren Leiter des Instituts oder Lehrstuhls.*

Dann wird dieses Mission Statement, wie auch alle anderen Regeldokumente für die neue Institution mit einer Organisationsnummer versehen und erarbeitet gemäß DocOrg PORGA 951213. Es entsteht so zunächst als Regeldokument (PURIS--- Forga 06060) mit einer SM, d.h. Stiftungsmitteilung, damit auch anderwärts immer wieder darauf Bezug genommen werden kann.

Diese SM kann später in eine andere projektspezifische Dokumentenreihe übergeführt werden nach Entscheidung des Bereichsleiters der KSG für Stiftungsprojekte und seinem Pendant auf der Nehmerseite.

3) **Leitbild**

Dieses **Leitbild** (mit Langfrist-Perspektive 10 Jahre) besteht, wie nachfolgend beschrieben, aus 3 Komponenten, nämlich der **Mission** (Maßnahmen Katalog), der **Vision** (Langfrist Ziele) und dem **Wertekatalog** (Beispiel siehe PM 04022 – PM/KSG Leitbild mit Wertekatalog).

Das sog. Leitbild ist einvernehmlich im Team zwischen den Angehörigen und der Geschäftsführung des Institutes bzw. dessen verantwortlichem Leiter zu entwerfen, und dann mit der Geberseite, d.h. KSG-Projektleiter, abzustimmen.

(An Bsp. WEIT ist dieser Prozess bereits durch Herrn Dr. Copray und den Direktor Prof. Herrn Hemel aktiv umgesetzt worden. Die Auswertung ist Beleg hierfür:
<Q:\SP\9907 Qualitätsprfng COPHY\03-Einzel-Institute\01 WEIT\Report zu Cophy im WEIT 2021 nc.docx>

a) **„Mission“**

Die zuerst verfasste „Mission“ als Teil der Leitbild-Triade ist eine ausführlichere Darlegung des Inhaltes des Mission Statements.

Praktisch verläuft die Ausarbeitung dieser Dokumente nach Regeln (gem. DocOrg PORGA 951213) in mehreren Entwicklungsstufen; zunächst mit Blick auf die ersten 3 Jahre oder einer kürzeren Frist, die zunächst *genehmigt* wird vom Beirat oder KSG-Bereichsleiter bzw. dessen dafür ernannten Projektleiter.

b) **Vision**

Die Vision ist eine Vorstellung davon, was die Einrichtung in einem langen Zeitraum von etwa 10 Jahren erreicht haben will, nach Möglichkeit mit konkreten und messbaren Zielangaben. (Outcome oder Impact)

c) **Wertekatalog**

Auch der Wertekatalog ist eine langfristige strategische Entscheidung für das eigene SEIN, welche die Einrichtung langfristig befolgen wird. Hier geht es zunächst um „So sein wollen“ mit dem Ziel, so **vom Kunden oder Nächsten gesehen zu werden**, auch intern.

Als Start und Anregung wird von der KSG der aus 6 Merkmalen bestehende Katalog vorgegeben, wie für KSG - Partner empfohlen in SM 130130. Er besteht aus den bei Putzmeister **und danach bei KSG** im Team erarbeiteten 6 Werten, welche auch für die KSG gelten. Jeder in wenigen Sätzen erklärt, damit jedem -auch Kunden- klar ist, was jeder Begriff bedeutet. Sie bilden eine sog. „Dialektische Einheit“, gelten also nur **gemeinschaftlich**. Update SM 150226, WD 210215, SM 131203; SM 210319
Riesenaufgabe

Werte*	Qualitativ	Innovativ	Leistungsbereit	Flexibel	Kompetent	Wertebewusst
Definition, Substanz des Wertes	Jenes Denken und Handeln, das zu höherwertigem Nutzen führt, Anerkennung bewirkt, Vertrauen schafft.	Die Fähigkeit, das ständige Streben und die Bereitschaft neue Gedanken zu entwickeln und aus eigenem Antrieb Verbesserungen im Rahmen des Leitbildes und der Unternehmensziele zu schaffen.	Voller Einsatz eigener Fähigkeiten, um sich unseren Zielen und neuen Herausforderungen zu stellen, sie vorbehaltlos und gemeinschaftlich anzupacken – auch über die eigenen Aufgaben hinaus.	Fähigkeit und Bereitschaft, auf unterschiedliche Ereignisse mit geändertem Verhalten, schneller und überzeugender als andere reagieren zu können.	Anerkanntes Können im Führungsbereich, Fachbereich, bewiesen durch erprobtes PM-Wissen, gepaart mit praktischer Intelligenz.	Verinnerlichtes Bewusstsein und ganzheitliches Leben der Werte unserer PM-Philosophie. Achten und Mehrten der geschaffenen materiellen und immateriellen Werte im Unternehmen.
Aspekte, Anzeichen, erkennbar durch	<ul style="list-style-type: none"> • pflichtbewusst • verlässlich • diszipliniert • pünktlich • selbstkritisch • fair • verantwortlich • korrekt, menschlich • gemeinschaftsfähig • ethisch bewusst • Leistungsqualität • Schlichtheit • gewinnorientiertes unternehmerisches Verhalten • Kosten als Investition • inleger 	<ul style="list-style-type: none"> • nachhaltig neue Ideen, Lösungen erarbeiten • Mut, Bestehendes in Frage zu stellen • sensible Probleme erspüren, wahrhaft analysieren und beharrlich handeln • den Dingen auf den Grund gehen • von anderen lernen • Problemlösungen vermarkten • ständig weiter verbessern • gewissenhaft 	<ul style="list-style-type: none"> • sich Herausforderungen stellen • Einsatz • Leistungswille • kontinuierlich • selbstständig • engagiert • denkend • umsetzen • erkennen • mehr als erwartet, außergewöhnlich • mutig anpacken • risikobereit • anderen helfen 	<ul style="list-style-type: none"> • schneller als andere handeln • erwartungsgemäß • willig, sich auf geänderte Bedingungen einzustellen • frei sein • Machbares tun • agieren und reagieren • variationsfähig • situationsgerecht • anpassungsfähig 	<ul style="list-style-type: none"> • von Kunden außerhalb und innerhalb des Unternehmens als Experte anerkannt sein • sachgerecht • zweckgebunden • Partner von Kunden • Vertrauen gewinnen • Erfahrungen dokumentieren • optimale Lösungen • bessere Ideen • Stellenwert am Markt 	<ul style="list-style-type: none"> • wertorientiert Führen • ständig zielorientiertes Erkennen und Abwägen von Kosten und Belastungen im Vergleich zum angestrebten Nutzen • Achtung des Gewinns als Maßstab für richtiges, wertorientiertes Handeln • fairer Preis
Weg zum Erfolg	Information → Analyse → Definition → Überprüfen des Ziels → Lösungsmöglichkeiten → Bewerten → Entscheiden → Durchführen → Kontrolle					
Credo	... mit Kompetenz und Innovation zu Qualität und Ertrag DIENEN – BESSERN – WERTE schaffen					

Diese „Putzmeister-Welt“ ist unser Ursprung
Palle/folien/zfs/cophy/FN140328 Welt Cophy DE- 140328cim - Folien-Nr. FN 140328

* Werte ausführlich im Wertekatalog der Leitbild-Triade PM 04022

Zur besseren Selbsterkenntnis wurde aus Erfahrung für den Alltag der hier eingefügte sogenannte **Cophy-Sheet** erarbeitet. Darin sind die einzelnen WERT-Begriffe detailliert nach Definitionen und Aspekten gegliedert (näher beschrieben in SM 131203 „Cophy- Sheet“ detailing the Value catalogue as element of the general so called „Corporate Philosophy“.)

Spätestens ein Jahr nach Gründung muss der verantwortliche Leiter der neuen Einrichtung **mit seinen Institutsangehörigen** einen eigenen Wertekatalog analog SM 130130 abgeleitet haben, der dann mit der Geberseite (KSG-Projektleiter) abgestimmt wird. (Dies hat Herr Copray mit dem WEIT erarbeitet)

Sobald diese 3 Komponenten des Leitbildes abgestimmt und angenommen sind, ist es die Aufgabe der Geschäftsleiter oder des Lehrstuhlinhabers als nächsten Schritt eine **Instituts-Strategie** für die nächste aktuell übersehbare Frist zu entwerfen. Zu Beginn 1- später max. 3 Jahre.

Strategie heißt bei uns „ausgewählte **Handlungsalternativen**“ mit mögl. messbaren Zielen, die im Team gewissenhaft herausgearbeitet werden aufgrund **reale abschätzbarer** eigener und externer Potentiale (= reale Möglichkeiten, finanziell, personell, Markt...) im Sinne des Mission Statements und der davon abgeleiteten Inhalte des Leitbildes, also der Effektivität und Wertschöpfung dienend, zu erarbeiten.

4) **Instituts – Strategie und Jahresplan**

Dieser Jahresplan -für zunächst nur etwa 1 Jahr erarbeitet- wird aus der von Mission und Vision über 3 Jahre reichenden Institutsstrategie abgeleitet. Das heißt, hier werden alle zielgerichteten Handlungen und Aktionen **stichwortartig** beschrieben, welche in diesem Zeitraum erledigt/erreicht werden müssen. Dies immer in Bezug auf die davor liegenden Basis Dokumente. Damit diese Instituts-Strategie kurz ausfällt, sollen deren Inhalte im Strategieplan **nicht** erscheinen, aber darauf in der Präambel Bezug genommen werden.

5) **KSG- Instituts- Controlling oder Evaluation (KPC)**

Um die Erreichung der formulierten Ziele (im Sinne des Gründungsgedanken und Mission Statements des Instituts) nachvollziehen zu können, bedarf es eines jährlich regelmäßigen, **KSG-Programm – Controllings (KPC)** im Sinne einer zwischenzeitlichen **Evaluation** der KSG-geförderten Institute, Lehrstühle oder Programme. Zweck ist förderlich- regelmäßig Begutachtung und ggf. weitergehende Qualifizierung der **wissenschaftlichen** Arbeit in „Forschung und Lehre“ vor Ort. Jene soll durchaus im klassischen Sinne akademisch frei sein, sich aber auf die stiftungsseitig vorgegebenen und vereinbarten Fachbereiche und Ziele konzentrieren.

Gemeint ist bei KPC **nicht** die vertragsgemäß nach 3 oder 5 Jahre gemäß UNI Standards vereinbarte Evaluation. Dort ist ausser dem KPC Beauftragten mindestens ein weiterer Experte eingeschaltet ausser dem zuständigen KSG Programmleiter.

In Ergänzung zu den jährlich einzureichenden Instituts-Zwischenberichten, soll KPC **mindestens einmal jährlich** vor Ort durch Experten erfolgen. Hierzu können teils auch die KBE (KSG-Bereichs-Experten SM 140908) dienen, sofern Sie über die entsprechende wissenschaftliche Expertise verfügen.

Als langjähriger Berater hat die KPC-Rolle der SEC-x Herr **Dr. Copray** bei KSG bzgl. Qualität und von **Forschung und Lehre** übernommen, zunächst insbesondere bei geförderten Instituten (beginnend mit WEIT und LEIZ)

6) **Öffentlichkeit**

Jede Einrichtung / Institut soll innerhalb der ersten 6 Monate mit einer Website im Internet erscheinen, auch wenn diese Version nur als vorläufig gilt.

Auf dieser Website sollen in Kurzform sowohl der Wertekatalog, als auch die Vision erscheinen. Gleichmaßen sollen Fotos und Kurzdarstellung (Who is Who) der handelnden verantwortlichen Personen auf der Website zu sehen sein.

In jedem Institut ist folgende Instituts-Triade (SM 140509 Instituts-Triade) aufzustellen:

(Bsp: Das WEIT hat eine sehr umfangreiche Website, diese verweist auf die Werte des Institut, die Weltethos-Idee, die Intention des Stifters Karl Schlecht, die Stakeholder, also auch auf die inhaltliche Arbeit in Forschung, Lehre und Praxistransfer, auch das Team ist abgebildet und die Mission des Instituts etc.)

<https://weltethos-institut.org/>

Mit Hilfe eines Newsletters gelingt es dem Institut aktuelle Entwicklungen und eigene Positionen an einen breiten Kreis von Interessierten zu kommunizieren. Die Inhalte werden darüber hinaus als „Wissensschatz“ und Archiv des WEIT gespeichert. Gleiches gilt die Lehrveranstaltungen, die seit Beginn 2012 auf der Website aufgelistet sind. Eine eigene „Schriftenreihe“ im Sinne der „WD“ wird aktuell intern geführt, allerdings nicht extern kommuniziert, hierfür dient der Newsletter.

7) **Sonstiges**

In allen übrigen Punkten sollte sich die Leitung der neuen Einrichtung an der **FORGA 140405** (ex130227) (=Foundation Organisation Advice) orientieren. In diesem Dokument sind Anregungen und Hinweise zur **Aufbau –** und Ablauforganisation für effektives und kostensparendes Agieren in neuen Einrichtungen enthalten - analog KSG-Erfahrungen.

Gleichermaßen ist der Leiter der neuen Einrichtung selbst verpflichtet, Regeln und Normen **zu schaffen** als Beweis für seine Führungsqualität, welche – auch im Sinne dieser FORGA – Effektivität und Effizienz in der Einrichtung fordern.

Er muss diese nicht nur **selbst vorleben**, sondern auch den Institutsangehörigen nachhaltig vermitteln und regelmäßig aktualisieren - nach den Regeln der DocOrg (FORGA 951213).

Im Übrigen soll Weiteres sinngemäß entnommen werden aus dem PWB (Putzmeister Worldbook) Hinweis darauf in <http://www.karl-schlecht.de/>

Alle von der KSG geförderten Institute sollen **FUNDRAISING** betreiben und werden bei Bedarf von uns zur Kommunikation dafür beraten.

(*) **Auszug RIPAF 0-1-6** (=Rules and Instructions for Putzmeister Affiliated Firms- and for KSG) s.a. PWB S.4-7

KSG Karl Schlecht Stiftung
Initiator und voller Förderer des Weltethos Instituts Tübingen (WEIT)

klug – gerecht – tapfer – maßvoll // gehorsam – fleißig – gewissenhaft – demüthig // Glaube – Hoffnung – Liebe

KSG Vertrauenskodex
Unsere Fünf Fragen Probe
... für alles private und berufliche Denken und Tun

1. ... wie ist das möglich?
2. ... ist es ethisch - zu Fröhlich - schön?
3. ... ist es fair für alle Beteiligten?
4. Wird es Freundschaftlich - mit gutem Willen klären?
5. Wird es dem Wohl aller Beteiligten dienen?

Trust-Code
信任道則 Five-Question-Obligation
... for all private and professional thinking and acting

1. 如何可能? 如何可能? 如何可能? 如何可能?
2. 是否公平? Am I honest? open-minded, common sense?
3. 是否公平? Is it fair to all concerned? – honest?
4. 是否友善? Will it be to all friends and good will?
5. 是否利他? Will it be beneficial to all concerned?

weise – just – brave – moderate // abedient – diligent – conscientious – humble // Faith – Hope – Love

Unser Wertekatalog

Qualität
Durchgegangenes Denken und Handeln, ein zu höherem Eigenkulturmiveau. Insbesondere: Präzision, Genauigkeit, Flexibilität, Seriosität, Flexibilität, Ausdauer, Aufrechterhaltung, Kohärenz und Menschlichkeit sowie Urteilsbewusstheit. Hohe Qualität: Lernerleistungen, das heißt mit größtmöglicher Orientierung am menschlichen Verhalten, regelmäßig und persönlich möglich.

Innovativ
In Fähigkeit, das Streben und die Bereitschaft, neue Gedanken, zu entdecken und aus eigenen Anstrengungen die Kriterien der Notwendigkeit immer neuen Lösungen, Regeln und Strukturen zu schaffen.

Flexibel
Fähigkeit und Bereitschaft, auf unterschiedliche Ereignisse mit gleicher Motivation schnell zu und flexibel reagieren als andere oder reagieren zu können.

Kompetent
Vom „Bündel“ (z.B. Sachkenntnis) zur Vernetzung (z.B. Expertise) und/oder (z.B. Interdisziplinäre, Interdisziplinäre) Problemlösung. Problemorientiert und systematisches Aufbringen und Verknüpfen von Wissen, erworbenen Wissen zu „Leben“, daraus Lehren und Normen schaffen. Jeder Arbeitsvorgang ist ein Lernfortschritt, auch um anderen zu ermöglichen.

Leistungsbereit
Vollständige und vollständige Finesse eigener Fähigkeiten, um sich Herausforderungen zu stellen, sich vorzubereiten und gerne nachschließen anzupassen – nach Möglichkeit über die eigene Aufgabe hinaus.

Kosten- und Wertebewusst
Ständiges Frisieren und Anpassen von Kosten im Vergleich zum angestrebten Nutzen. Überwiegend bewussten und Anreizkompatibilität. Klären, Adressieren und Lehren der ethischen, materiellen und immateriellen Werte, Erfahrungen und daraus abgeleiteten Regelungen im Unternehmen. Achtung des Einzelnen, besonders die Möglichkeiten für richtigen, produktiven Handeln und Handeln.

Kurz: Mit Kompetenz und Innovation zu Qualität und Ertrag.

Es ist der Wunsch des Stifters, dass ich als Mitarbeiter das höchste den Menschen verpflichtende, die ihm besonders am Herzen liegen und nach sich ziehe: vorrangig zu sein. Angehörige des Lebens in Freier und Bewusster Aktivität. (*)

Sich freuen beim **Dienen, Bessern, Werte Schaffen**

(*) Nach dem Hanaizem Karl MARX ist die wichtigste, bewusste Aktivität, was das Wesen des Menschen macht. Aktivität bedeutet für uns, dass in unserem Leben ein Ziel, was wir uns selbst gesetzt, das uns nicht aufgegeben ergibt, das uns zu einem schöpferischen Kraftvermögen, die uns in die Welt einbringen.

Gründungs-Leitgedanken des Stifters

Als Innovator und Initiator der Unternehmung sah sich Karl Schlecht in der Geschäftstätigkeit:

- 1) zuzunehmen in der globalen Wirtschaft und Wettbewerb existierenden (z.B. „Survival of the fittest“ (*) aus: „Darwinismus“). Aufgrund seiner Verantwortung in der Unternehmung sah er in diesem Wettbewerb seine Aufgabe bestanden.
- 2) Er, wie seine Unternehmung die Pflicht, Fähigkeit sein Besten zu geben, Erfolg zu erzielen und auf Basis der Weltethos-Idee nach gesellschaftlichen Zielen zu streben.
- 3) Dies, möglichst viele zu ihrer Meinung „Sich freuen beim Dienen, Bessern, Werte Schaffen“ und
- 4) In der Lage zu sein, die Verantwortung für die Konzeption und die Umsetzung in sich selbst und den eigenen Schaffen, mit Stakeholdern und Wettbewerbern in stetigen Beständen, das
- 5) Als Mensch, „gemeinsam identisch“ die „Goldene Regel“ („Was Du nicht willst, einem anderen zu tun, das frag dich kein Mensch und nicht du selbst“)
- 6) die sogenannte „11 Gebote der Nächste Liebe“ (Achtung des Menschen und Empfinden Anderer, Wertschätzung oder gar Liebe dieser Welterschaffung „wie seine eigene“).
- 7) Als allgemeiner Vertrauensstifter und Reflexionskonstrukt für die eigene alltägliche Handlung die demnach sich nicht stößt die 5 Fragen-Probe.

(*) www.jaeger.com/download

www.karl-schlecht.de

The Mission Statement (MST) is a basic module and element describing in short the shareholders strategic interests and visions – created after the parties agreed in general with a so-called “Letter of Intent”. MST is part of the basic entrepreneurship process and effective organization of the planning process and fundament for further down evaluated strategies as described in PWB pages 4-7, RIPAF 0.1.5 etc.

Before a business unit ist started its MST must be clearly defined and agreed by the main stakeholders following the Checklist SBF (PM 04040 Spectrum of Business Fundamentals). Therefore it is described here by th KSF Vorstand specially and in detail as binding guideline for all PM leadership personell. (Please. find examples in LOM PM 06048)
For good leadership it is recommended to apply this rule also for defining role and mission of departments as listed in the organization plan (structure) or even for other temporary entrepreneurial complexes or big events like exhibitions etc . Example.... when forming the basics for CRD (Central Research Department in UP 2380) as part of PMH or PCP etc.
A proper Mission Statement gives a clear base to issue strategies, objectives job descriptions and responsibilities (referring to it) based on strategies evaluated from the MST. (see “THE Essential DRUCKER”)

Definition Mission Statement (MST)

Mission means the clearly definable tasks given from the shareholders (tasks, not strategies nor management objectives!) for the new entity looking at the external field and performances to give a basis for the management to develop their business strategy scope.

This so-called mission statement (MST) combines **role and mission**.

The role defines the basic definition, position in overall legal and functional structures, function of the new entity (can also be a department, division, even a personal functional unit (personal position and authority to realize a responsibility and tasks)). The role refers or focuses more to the internal position as part of the PM group. It emphasizes more the social and interaction function and capabilities respectively the attitude or behaviour of the business unit / entity or market tech field (MTF).

The mission is clearly differentiated from the role and it describes the purpose of the entity (not its goals – which are part of strategy and plannings...), its field and business range and main tasks. It is the mission in the eyes of the shareholder (= upper business unit) – and in general his basic and long-term strategic vision and objectives. They are further specified in the subsequent company - business planning of the management (see “strategy summary” and business manual RIPAF 0.1.3).

In other words: The mission statement (role + mission) overspans in our understanding and definition the shareholders strategic view touching all relevant aspects concerning the role, the mission, shareholders vision and success expectations, geography, industry, customer prospects etc. This must give a clear definition and basis for its professional and entrepreneurial evaluation by the company management and its leaders. They of course must truly accept their MST in mutual understanding with the shareholder or upper management.

It is the main task of the CEO or targeted manager / person to identify himself with its MST and set and exemplify this into his business planning, objectives, actions based on an own value catalog, which must be congruent to the group value catalog (see PWB, CoPhy sheet).

The initiative, the process of issuing and presentation as well as later controlling of a mission statement by upper management (and internal revision dept.) therefore is considered as a benchmark to prove good leadership and qualification of upper management. Same is due for its evaluation to a qualified and most competitive business unit by the responsible (lower) management in compliance with PWB and other company standards.