SM 220527 - BVS

Business als Vertrauens-Schule (BVS)

Vertrauen und Business als KSG Dauer-Basics

Karl Schlecht Stiftung

*... Suchen und Fördern des **GUTEN schlechthin***

Q:\SM\SM-220527-Bus-Vrtn-Schule\SM 220527 Vertr.Busin-Sch-230620stk.docx

s.a. *Porga 900512-Bus-Vrt-Schul; SM 040742-Bus-Vrtrn>SM 970909 VitaActiva>Business Principles SM 970111; Bus-Humanity PM 04055>PTA -SP 9748; PM 04040-SBF; Ri-124 Motivations-Konzept-im Business > Forum 2019; LD 160210 KSG-FunktnsStrk*

220523cyn; 220527stk.....220719stk>220720mej>220819stk—230613stk-230620stk

Business als Vertrauens-Schule (BVS)

1

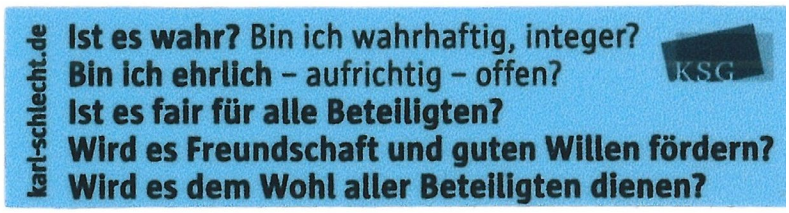
Erkenntnis fuer die 2022 auf Stifter Wunsch reduzierte KSG Rolle *(s. SM 220606 Quo Vadis..):*
Was kommt im Geschäftsleben zuerst? Erlangen von Vertrauen oder Geld-Gewinn im Business-?
Begriffsklärung BUSINESS s. Glossar LD 160410 im Unterschied zu Wirtschaft und Gesellschaft

1997 ging ich zu Küng für wirksamere Fundierung des der Vertrauensbildung dienenden sog. PM-Wertekatalog (heute CoPhySheet SM 210319) für weltweit zu qualifizierendes effektiveres, auf Vertrauen erworbenes Miteinander der Menschen – intern und beim Kunden – in den inzwischen weltweit gewordenen Putzmeister Werken.

*Was versehen wir unter **BUISINESS-** s. LD 160410 **Glossar***

> *Werte schaffende und **tugendhaft,** integrierte Ausführung von Arbeit und zielorientierten Geschäftsprozessen mit Hilfe von Mitteln, Strukturen und aktiver Kommunikation. Besonders bedeutsam als KSG- Wirkungsfeld der uns anvertrauten Firmen-Angehörigen (dafür Leitgedanken als Vertrauenskodex die 5-Fragen Probe; Teil von TrustEthos und Cophy-Sheet,; CREDO: Sich freuen beim Dienen Bessern Werte schaffen)*

Vertrauenskodex – gehört in die Präambel jedes Vertrages (Porga 900512) und aufs iPhone



Dann 2012 Initiative KS zur Gründung des sog. Weltethos Institutes „WEIT“ an der UNI Tübingen nachdem ersteres bei Küngs Stiftung SWT mit der Weltethos-Idee nicht funktionierte; Stifteridee 2021 dann mit gleichem Zweck Ersatz der sogenannten WE Idee durch als eine Art Mantra gesehenes sog. TrustEthos – das oben unseren sog. Vertrauenskodex 5 FP enthält- weil gutes gewinnendes Business nur auf Vertrauensbasis analog solcher verinnerlichter 5 Fragenprobe gelingt.

Weil Business- Motivation im Alltag primär ausgeht von Problemlösung und guter Leistung im von guten Menschen getragenen Business (nicht Wirtschaft oder Gesellschaft!) ist es umgekehrt:
Zuerst gute Leistung im Business – dann erst entsteht Vertrauen – so wie wir es bearbeiteten im FORUM und Büchlein LD 191030 Business als Vertrauens-Schule (BVS) Vertrauenskodex / Treue

Business ist also in Praxi die Schule für das leistungsorientierte Vertrauen im Sinne unseres „Mantras“ TrustEthos (s. Jahrbericht 2021) Als im Sinne unseres Credos „Sich freuen beim Dienen Bessern Werte schaffen“ beim Kunden zuerst selbst auf Leistung ruhendes Vertrauen und Freude an seinem Erfolg schaffen. DANN ERST bezeugt er Vertrauen zu uns – und auch nur dann wenn wir es immer wieder neu verdienen. Bei Leistungs-mängeln und nicht befolgen von TrustEthos ist Vertrauen schnell zerstört. Man muss dazu authentisch sein und es immer wieder neu verdienen.
Und es gibt kein Vertrauen ohne – latentes- Misstrauen. Siehe dazu VIDEO VK-220123 Keir/ Kuschel)

Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser ? eher wie in USA **„Trust and Care“**

Vertrauen: ***Beziehungs Bereich in dem einander geglaubt wird*** – Lebensaufgabe !

Gedanken von Dr N. Copray 220523 zum Stifter-Gedanken
Thesen SEHx von Karl Schlecht überdacht wie oben vermerkt

1.**Vertrauen durch Business -Business durch Vertrauen**
Eine dialektische Beziehung zwischen Vertrauen und Business, die bei guten Menschen beidseitig und nachhaltig zu menschlichem Wohlbefinden und pers. Gewinn führt mit tragfähiger Geschäftsbeziehung.

2. Erläuterung zu 1
a) Durch eine integre, für alle Beteiligten Gewinn bringende Geschäftstätigkeit entsteht Vertrauen. Das Vertrauen baut sich über mehrere Schritte und Jahre auf und festigt sich.
Es reduziert Interaktionskosten, erleichtert die Kommunikation, entschlackt bürokratische Prozesse und sorgt für soliden Grund.
Bei schwierigen Situationen, komplexen Lagen oder herausfordernden Aufgabenstellungen erleichtert das gewonnene Vertrauen die Bewältigung der Probleme und vertieft das Vertrauen wiederum bzw. bestätigt und bewährt es. Business ist Vertrauensfeld, wo es geübt und auch pers. Gewinnen hilft.
Eine Vertrauenskrise – z.B. durch mangelnde oder zu knappe Kommunikation – ist mit ehrlichem Business leichter zu überwinden und wieder festen Boden zu bekommen. Voraussetzung ist dann, wieder durch gewohnt gute Leistung und zuverlässige Qualität (auch bei Terminabsprachen usw.) das Vertrauen neu zu bestärken und das Business als fruchtbaren Acker für Vertrauenswachstum zu nutzen. Das Vertrauen trägt dann gute Früchte im von Menschen getragenen Business.

b) Eine anfänglich erworbene gute, offene, ehrliche, zugewandte Kommunikation eröffnet in Freundschaft intensiveren weiterführenden Austausch zu Geschäftsinhalten und Fachthemen. Sich in den dann erspürten Bedürfnissen oder Fragen und Antworten des jeweils anderen zu spiegeln, baut Vertrauen auf das intrinsich ersehnte Basis-Vertrauen. Das erlaubt, offener weitergehende Themen und Fragen tiefergehend zu erörtern, um dann im leistungsorientierten Business dann wirksamere Dienstleistung bzw. eine Produkt zu bessern oder neues zu ersinnen. Die Erörterung der Passung von Bedarf und Angebot sowie die Verständigung über Preis, Lieferbedingungen und –Zeit verstärken das Vertrauensfeld, in dem sich beidseitiger Nutzen entwickelt zur Festigung der Beziehung.

Vertrauen geben ist aber auch eine riskante, zuversichtliche Entscheidung für Verletzlichkeit. Der Ehrliche kann der Dumme werden Bereich des Sicheren Vertrauens wird dann schnell verlassen; Rückzug und Kontrolle werden hinfällig, weil sie nur bei Nicht-Vertrauen oder Misstrauen spontan entstehen. Vertrauen ist Geschäft im so kostbaren menschlichen Bereich.

3. Rupert Lay über Vertrauen

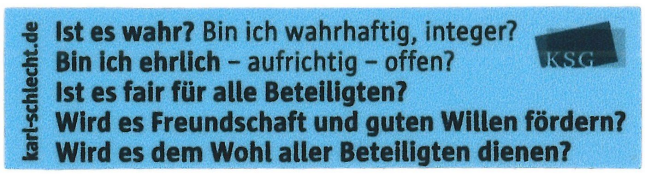
Das an Biophilie orientierte Handeln, das in aller Regel einen Sozialbezug hat, bedarf laut Rupetr Lay besonders zweier Tugenden: der Wahrhaftigkeit und des Vertrauens.

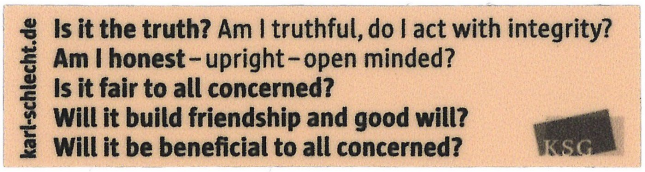
a) „Wahrhaftigkeit

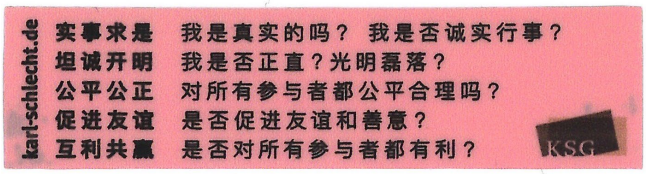
„Wahrheit“ als ein Wort, das einen Wertbegriff benennt, fordert einige Grundhaltungen ein, die für die Praxis des wertorientierten Interagierens von Menschen notwendig sind. Dazu zählt sicherlich die Wahrhaftigkeit des Aussagenden. Hier gilt es, eine innere und eine äußere Wahrhaftigkeit zu unterscheiden. Die Tugend „innere Wahrhaftigkeit“ ist eine Voraussetzung dafür, die äußere praktisch zu machen. Wer sich über sich selbst belügt, wird selten wahrhaftig sein können. Eine weitere Voraussetzung von Wahrhaftigkeit ist die Bereitschaft, sich über die Quellen des eigenen Wissens und deren Zuverlässigkeit Rechenschaft zu geben und diese gegebenenfalls zu benennen. Wahrhaftigkeit erfordert einigen der Sache angemessenen Aufwand, um sich zureichend über den behaupteten und als stimmig angenommen Sachverhalt zu informieren.

b) Vertrauen

Vertrauen ist die Grundlage der Realisierung aller Tugenden. Ohne gegenseitiges Vertrauen würden Gerechtigkeit, psychische und soziale Freiheit, Glauben, Hoffen und Lieben zu einer Illusion dessen, was die Wörter benennen.
Vertrauen setzt eine psychosoziale Disposition voraus, die ein wesentliches Charaktermerkmal eines Menschen und Strukturelement seines Selbstbildes ist. Vertrauen kann gelernt, aber auch verlernt werden. Bei Aussagen von erheblicher Bedeutung (die Erheblichkeit wird von den ethisch zu wertenden Folgen des Akzeptierens dieser Aussagen bestimmt) reicht es sicherlich nicht aus, nur einer Quelle zu vertrauen, wenn angenommen werden kann, dass diese an der Annahme ihrer Aussage als wahr interessiert ist. In solchen Fällen kann es ethisch gefordert sein, sich um weitere Quellen zu bemühen oder die Aussage nur unter Vorbehalt zu werten.







Eine Ethik der Biophilie verlangt es also, das Vertrauen eines Menschen nicht zu enttäuschen, weil wiederholte Enttäuschungen zu begründetem Misstrauen führen. Der Umgang mit Täuschungen, die sich durch ihre nekrophilen Folgen als Täuschungen vor dem Anspruch der Realität erweisen, ist eine der schwierigsten, aber auch schwerwiegendsten Formen eines ethisch verantworteten Miteinanders. Das Abschiednehmen von Täuschungen, verstanden als Ent-Täuschung, als Aussetzen der Täuschung, zu lernen, ist eine der Aufgaben einer biophilen Lebensgestaltung. Vielen Menschen fällt es schwer, von (scheinbaren) Selbstverständlichkeiten Abschied zu nehmen, obwohl diese nicht der Lebensentfaltung dienen. Das Sich-Trennen von Selbstverständlichkeiten dieser Art fällt besonders schwer, wenn es sich um die Selbstverständlichkeiten eines (religiösen, politischen oder kulturellen) sozialen Systems handelt, das als existenziell-werthaft internalisiert wurde.
Führungspersönlichkeiten unterscheiden sich von Führungskräften, welche ausschließlich an systemischer Zielerreichung interessiert sind, dadurch, dass sie in einer Mehrzielentscheidung ihre ökonomische Verantwortung mit einer sozialen (wenigstens der Mehrung und Vergrößerung von Vertrauensfeldern) verbinden. Über die ökonomische Verantwortung hinaus ist das Topmanagement für das Einbringen von ethischen Werten (vor allem der Aufbau von Vertrauensfeldern)

- 1. Ist es wahr ? 2. Bin ich ehrlich, aufrichtig, offen ? 3. Ist es fair ? 4. Wird es Freundschaft und guten Willen fördern ? 5. Wird es dem Wohl aller Beteiligten dienen ? -

verantwortlich. Es gilt gleichzeitig ökonomisch und sittlich (etwa durch den Aufbau von Vertrauensfeldern) Handlungen und Entscheidungen zu optimieren.

Vertrauen ist in seiner Forderung nach Toleranz auch die Voraussetzung, destruktive Konflikte zu meiden. Der Konstruktivismus fordert in seiner Ethik die Fähigkeit ein, sich in die Lage des Anderen (der anderen Person und ihrer Interessen, des anderen Systems und seiner Interessen) zu versetzen, es in seiner Eigenwertigkeit zu verstehen und zu akzeptieren.
„Man soll auch stets die andere Seite hören!" (Audiatur et altera pars) – dieses Prinzip wird zur ethischen Pflicht. Diese Forderung des römischen Rechts sollte zum Allgemeingut einer von Vertrauen getragenen ethischen Orientierung werden. Die Fähigkeit und Bereitschaft, einen Sachverhalt auch von der anderen Seite mit anderen Interessen als den eigenen zu verstehen, und – soweit sittlich vertretbar – zu akzeptieren, ist eine unaufhebbare Forderung einer konstruktivistischen Ethik.

Eine sinnvolle und erfolgreiche Unternehmenskultur wird bis zum Beweis des Gegenteils davon ausgehen, dass den im Unternehmen Tätigen unbedingt so lange zu vertrauen ist, bis das Gegenteil – ohne jede Form von Spionage und Denunziation – bewiesen werden kann. Sollte irgendeine Form der Kontrolle nötig werden, gilt sie für einen Vorstand ebenso wie für einen Lehrling".

Norbert Copray: Entscheidende Aufgabe von Führungspersönlichkeiten ist es, Vertrauensfelder aufzubauen, zu entwickeln und zu erhalten. Fairness und Vertrauen bedingen einander. Einem Menschen kann man nicht vertrauen, der nicht fair ist. Fairness ist eine notwendige Bedingung für Vertrauen. Es ist zwar keine hinreichende aber eine notwendige. Fairness ist Bedingung für Vertrauen und Führungsaufgabe.

4. Vorschläge für Aufgaben des Senior Stifters (founder donor)

a) Sich vertiefen in wenige zentrale, originäre und **aus seiner Stifter Sicht** und nach Satzung § 11 nachhaltig grundlegende Entscheidungen, auch nach 25 Lernjahren Aktualisierung und Bereicherung des weiter gesetzeskonformen Stiftungsgeschäftes mit darauf abgestimmter Satzung (RP konform); wichtige grundlegende Themen der Stiftung wie 2023 das AICHUM.
b) Dies ohne, aber anregende Vorstands- Verzweckung für Texte (SMs dgl. Aktualisieren durch Vorstand), dazu Bücher lesen, Aufsätze, Videos schauen – sich bilden i.w.S.d.W., z.B. das Buch „Vertrauensarchitektur" (Vahlen) von Eric Eller lesen und mit eigenen Erfahrungen abgleichen
c) Visionäre Ideen überdenken die Zukunft der KSG im UR -Sinne des Stifters unterstützen und qualitativ sichern helfen
d) Sich austauschen mit Berater und Gesprächspartnern zu den markanten Aspekten der Themen; dazu kurze Memos abfassen
e) Die Stiftung in der Spur halten durch gelassene, freundliche und konstruktive Hinweise ohne Besserwisserei; Vertrauensgeber und Sparringspartner (nicht Anweisungsgeber) des Vorstands sein
f) Durchsicht des eigenen Buches „Vom Haben zum Sein" wegen Ergänzung, Erweiterung oder Änderung; mit NC entsprechende Schritte und Vorgänge vereinbaren
g) Kontakte pflegen zu Partnern (ohne dem Vorstand in die Quere zu kommen)