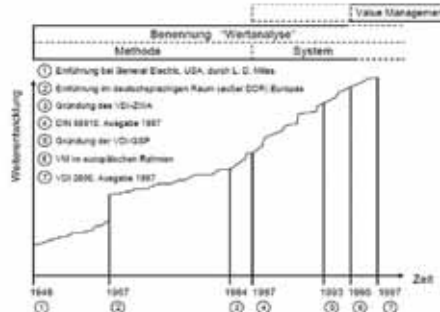


Value Management

Die Weiterentwicklung aus der Wertanalyse

Was wie eine „neudeutsche“ Übertragung der Wertanalyse aussieht, ist in Wirklichkeit eine tatsächliche Erweiterung. Natürlich tut auch die Globalisierung und Internationalisierung das Ihre dazu...



Mit der Weiterentwicklung zum Value Management wurde eine Zertifizierung der Ausbildung und auch der Ausführenden, PVM (Professional in Value Management) und der TVM (Trainer for Value Management) installiert, das bedeutet auch eine internationale Vergleichbarkeit und Anerkennung der Ausbildung und der Vorgehensweise in den Projekten.

Was ist der hauptsächliche Unterschied, worin besteht die Weiterentwicklung?

Wertanalyse wurde eingeführt als Methode, um Kosten an Bauteilen zu reduzieren, bzw. auch, um die Funktionalität zu steigern, „Wertsteigerung“ am Bauteil oder Produkt zu erreichen. Obwohl von Anfang an die Methode auch als auf Prozesse „anwendbar“ beschrieben war, ist Wertanalyse auch heute noch als Kostenreduzierungs-methode bekannt.

Mit der Anwendung der Wertanalyse wurde im Lauf der Zeit klar, dass die Methode über das Produkt hinaus bis auf das gesamte Unternehmen anwendbar ist. Damit ist die Wirkung und der Erfolg von Value Management wesentlich vergrößert und dafür sind natürlich auch ergänzende Tools in die Systematik aufgenommen.

All das mündete im Jahr 1995 im Ersatz der alten Wertanalyse DIN 69910 durch die Value Management EN 12973.

Was ist das „Wertkonzept“?

In der neuen Norm wird das lapidar so beschrieben: „Das Wertkonzept beruht auf der Beziehung zwischen der Befriedigung vieler unterschiedlicher Bedürfnisse und den hierzu eingesetzten Ressourcen. Je weniger Ressourcen eingesetzt werden oder je größer die Bedürfnisbefriedigung ist, um so höher ist der Wert. Anspruchsgruppen (Stakeholder) oder interne und externe Kunden können jeweils unterschiedlicher Ansicht darüber sein, was Wert bedeutet. Das Ziel von Value Management ist, diese Unterschiede miteinander in Einklang zu bringen und eine Organisation nachhaltig in die Lage zu versetzen, den größtmöglichen Fortschritt in Richtung der festgelegten Ziele unter Einsatz eines Minimums an Ressourcen zu erreichen.“ Um ein solches Wertkonzept zu erarbeiten ist es für das Unternehmen wichtig, über die eigenen „Werttreiber“ nachzudenken: Was stellt für unser Unternehmen einen Wert dar? Was stellt für die Kunden einen Wert dar? Was stellt für die anderen Anspruchsgruppen einen Wert dar?

Managementstil und Methode zur Wertsteigerung

Value Management ist also auch ein Managementstil. Gegenwärtig ist die Situation so, dass im Management eines Unternehmens stark Einzelproblemorientiert gearbeitet wird: das derzeit drängendste Problem wird bearbeitet. Einzeloptimierungen sind selten für das Gesamtunternehmen das beste. Value Management bedeutet daher, den für das Gesamtunternehmen besten Kompromiss aus ganzheitlicher Sicht zu erarbeiten. Neben dem Thema Einzeloptimierung von aktuellen Problemen geht es natürlich auch immer um Menschen. Der Gedanke Value Management ist besonders geeignet, „Menschen zu mobilisieren, Fähigkeiten zu entwickeln sowie Synergie und Innovation zu fördern, jeweils mit dem Ziel, die Gesamtleistung einer Organisation zu maximieren.“ Diese Idee der „Teamarbeit“ schon im Zusammenhang mit der „Wertanalyse“ dargestellt.



Erfolge werden erzielt

Was bringt das Value Management greifbar für den Unternehmer?

- Durch die ganzheitliche Sicht sowohl was die sachlichen Themen angeht wie auch die beteiligten Personen werden bessere Geschäftsentscheidungen getroffen, da sie auf einer sicheren Basis gefällt werden,
- Ressourcen werden bestmöglich genutzt, das führt zu einer erhöhten Wirksamkeit dieser Entscheidungen,
- Produkte und Dienstleistungen für externe Kunden werden verbessert durch das vollständige Erfassen und die richtige Gewichtung der tatsächlichen Kundenbedürfnisse,
- Erhöhte Wettbewerbsfähigkeit durch die Förderung technischer und organisatorischer Innovationen,
- Verbesserung der internen Kommunikation, den beteiligten Personen sind die Haupterfolgskfaktoren des Unternehmens bekannt und bewusst.

Universell einsetzbar

Die Vorteile von Value Management können von Anbietern und Anwendern in allen Bereichen der Gesellschaft genutzt werden:

- Industriebereich einschließlich weiterverarbeitende Industrie, Bauwirtschaft und Logistik
- Dienstleistungsbereich, sowohl öffentlich als auch privat
- Regierungs-, Gesundheits-, Ausbildungs- und andere öffentliche Bereiche

Value Management Kultur

Alle angesprochenen Punkte bedürfen in einem Unternehmen meist auch einen Kulturwandel. Mitarbeiter werden zu unternehmerischem Denken angehalten, alle beteiligten Bereiche werden in die Lösungserarbeitung einbezogen. Value Management ist auf der anderen Seite sicher kein Allheilmittel, nichtsdestotrotz können auch einzelne Gedanken aufgegriffen und auf Wirksamkeit für das Unternehmen geprüft werden.

In diesem Sinne, viel Spaß beim
Nachdenken über die Werte...

Dr.-Ing. Dietmar Traub

ist Berater bei Krehl & Partner Karlsruhe und zertifizierter Professional for Value Management und Trainer for Value Management