

# Hay Group

## Erfolg immer noch wichtiger als Werte

03.06.2008 - 15:00 Uhr, Hay Group

Frankfurt am Main (ots) -

Im Zuge der Finanzkrise stellen erste Banken ihre Vergütungssysteme auf den Prüfstand, nicht aber ihre Kultur. Jeder zweite Bankmanager gibt zu: Solange die Erfolgsbilanz stimmt, werden Verstöße gegen die eigenen Unternehmenswerte toleriert. Doch die aktuelle Finanzkrise zwingt die Branche zum Umdenken. Das belegt eine Umfrage der Unternehmensberatung Hay Group unter Topbankern.

Verstöße gegen die eigenen Unternehmenswerte gelten in Banken und Kreditinstituten nach wie vor als Kavaliersdelikt. Daran hat auch die Finanzkrise wenig geändert. Jeder zweite Bankmanager kann sich vorstellen, dass im eigenen Hause bei Führungskräften, die geschäftlich sehr erfolgreich sind, Verstöße gegen die deklarierten Unternehmenswerte toleriert werden. Nur jeder Dritte kann dies ohne Wenn und Aber für das eigene Haus ausschließen. Für 40 Prozent der Führungskräfte ist die derzeitige Krise auch nur eine von vielen. Sie sehen keinen Anlass, Lehren daraus zu ziehen. Das ergab eine Umfrage unter 300 Top-Bankern in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die die Unternehmensberatung Hay Group im März und April 2008 durchgeführt hat.

Keine gute Voraussetzung für die Bankenbranche ihre Hausaufgaben zu machen und den notwendigen Paradigmenwechsel einzuläuten. Immerhin hat die aktuelle Finanzkrise die Bankmanager nachdenklich gemacht: Jeder dritte Bankmanager ist überzeugt, dass falsche Anreize in der Vergütung die Krise entscheidend mit ausgelöst haben, weitere 24 Prozent stimmen zumindest teilweise dieser Aussage zu. Das Problem: "Lösungsbestrebungen, die auf einer rein 'technischen' Ebene ansetzen, springen eindeutig zu kurz. Deshalb kann es diesmal keine 'quick-fixes' geben", urteilt Klaus D. Mittorp, Leiter der Financial Services Practice der Hay Group in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Banken müssen jetzt feststellen, dass einige Grundsatzprobleme ungelöst geblieben sind. Ein über Jahre unumstößliches Credo wankt damit: Nur noch 50 Prozent der Führungskräfte sind überzeugt, dass die Finanzbranche eine eigene Vergütungspraxis braucht. Die ersten Geldhäuser wollen auch konkret handeln: 30 Prozent der Befragten gaben an, ihr Unternehmen plane aktuell eine umfassende Veränderung der Vergütungspraxis. "Was sich technisch ändern muss, liegt relativ klar auf der Hand", so Mittorp. "Mehr Transparenz, eine bessere Verzahnung der Vergütung mit den Interessen der Anteilseigner und eine stärkere Berücksichtigung von Risikobetrachtungen sind dringend notwendig."

Auf dem Weg dahin gilt es jedoch, zwei schwierige Hürden zu nehmen: es muss Veränderungsbereitschaft geschaffen und die Rahmenbedingungen gerändert werden - möglichst ohne Mitarbeiter zu verlieren. Letztlich ist daher nur ein Viertel der Befragten überzeugt, dass sich etwas ändern wird. Das Tragische daran: Das Gros der Bankmanager weiß im Prinzip, wo angesetzt werden müsste. 46 Prozent der Befragten sind der Auffassung, eine gute Führung und eine starke Unternehmenskultur könnten die Bedeutung monetärer Anreize deutlich relativieren. Sogar 98 Prozent der Topbanker sind überzeugt, dass Organisationsstrukturen und Kontrollmechanismen angesichts der heutigen Risiken und Komplexitäten nur funktionieren können, wenn sie von einer starken Unternehmenskultur getragen werden.

Das Fazit für Mittorp ist klar: "Egal, ob und wie Veränderungen angegangen werden - jeder Vergütungsansatz ist letztlich nur so gut wie die Kultur, die ihn trägt und die Führung, die ihn implementiert."

Pressekontakt:

markenzeichen  
Bodo Bimboese  
Tel.: 069-710 4880-10  
Fax: 069-710 4880-79  
[haygroup@markenzeichen.eu](mailto:haygroup@markenzeichen.eu)

Originaltext:

Hay Group

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/66526/hay-group>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_66526.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_66526.rss2)