

Echtes Wertebewusstsein – nur Geschwätz oder erheblicher Wirtschaftsfaktor?

Echtes Wertebewusstsein –reden wir mal Klartext!

Was ist überhaupt gemeint, wenn von Wertebewusstsein die Rede ist? Sollten Sie sich jemals mit anderen darüber austauschen, werden Sie sehr schnell merken, dass vieles darunter verstanden wird. Also werde ich Ihnen nun erklären, was ich darunter verstehe. Echtes Wertebewusstsein beginnt bei der eigenen Person. Bei den persönlichen Überzeugungen, Einstellungen, Vorstellungen, Meinungen usw. Jeder Einzelne von Ihnen wird von seinem eigenen persönlichen Wertegerüst gesteuert. Wenn Sie sich nicht darüber im Klaren sind, dass Sie ein solches haben, dann werden Sie gesteuert. Für Sie steuerbar wird es dann, wenn Sie sich dieser Tatsache bewusst werden und wissen, welches Wertegerüst in Ihnen lebt. Denn erst dann können Sie wirklich entscheiden, wie Sie handeln wollen – konstruktiv oder destruktiv. Erst dann kann echtes Wertebewusstsein entstehen. Denn dann entsteht Klarheit über die Wirkung gelebter Werte, ihr Ausmaß wird sichtbar und greifbar in all Ihren Handlungen. Fakt ist: Erst wenn Sie beginnen mit Werten zu arbeiten, beginnen die Werte für Sie zu arbeiten. Und erst ab diesem Zeitpunkt erkennen Sie den Wert gelebter Werte. Als Leitlinien Ihres Handelns. Dieses Wertebewusstsein als Grundlage zur Umsetzung und Anwendung erreichen Sie durch den **Ansatz der Wertebelebung**, denn es kann nur gelebt werden, was zuvor belebt wurde.

Oft gehört – oft gesagt – bald vergessen: Unternehmenskultur

Stellen Sie sich nun mal die Menschen vor, mit denen Sie beruflich tagtäglich zu tun haben. Mitarbeiter/-innen, Kollegen/-innen, Geschäftspartner, Kunden, usw. Und jeder von ihnen ist individuell unterschiedlich „gewertet“. Jeder legt auf anderes Wert, jeder hat seine eigenen der Aufgabe dienlichen oder weniger dienlichen Fähigkeiten, seine eigenen Vorstellungen davon, wie etwas zu tun oder nicht zu tun ist, etc. Sie alle haben aber etwas gemeinsam. Nämlich strategische und/oder operative Entscheidungen, die es zu treffen gilt, Unternehmens-, Abteilungs-, Teamziele, die es zu erreichen gilt, Arbeitsaufträge schnell und effektiv zu erledigen usw. – und nicht selten arbeiten Sie in Teams...Führungskraftenteams, Projektteams, Fachgruppenteams und wie sie alle heißen. Und übergeordnet gibt's da noch so was, das nennt sich Unternehmenskultur. Und eben diese ist bitte schön zu leben. Das sind Vorgaben, entwickelt von genialen Kennern und Unternehmenszugehörigen aus den Top-Reigen, und daran hat man sich Top-Down und Bottom-Up zu halten. Da liest man oft tolle Sätze wie: Unser Unternehmen steht für Respekt, Integrität, Wertschätzung, Beharrlichkeit, Einsatzbereitschaft, Unbestechlichkeit, Verantwortlichkeit... - diese Liste ist beliebig lang fortsetzbar. Das Ganze wird dann noch auf die einzelnen Abteilungen runtergebrochen und

zudem orientieren sich daran noch tolle Ausformulierungen, wie Unternehmensexternen begegnet wird, usw. Das heißt, vielerorts wird Unternehmenskultur gleichgesetzt mit einem einmal entwickelten Code-of-Conduct.

Somit ist die Unternehmenskultur entwickelt, formuliert und bestenfalls bekommt auch noch jeder Mitarbeiter eine Infobroschüre darüber, die dann meistens in Schubladen verstaubt oder gleich zum Altpapier wandert. Genialerweise wird sie noch für Unternehmensfremde publiziert, das erfolgt meist auf der Homepage in Form eines als unwichtig empfundenen Unterpunktes, der auch dann fast unauffindbar ist, wenn bewusst danach gesucht wird.

Das ist der Ausgangspunkt (und allzu oft auch der Endpunkt) wenn sich Unternehmen mit Werten befassen. Dementsprechend wird das auch in Ergebnissen messbar. Weil mit diesen Werten nicht gearbeitet wird. Obwohl das mit Sicherheit viele Unternehmen gerne tun würden, oft fehlt leider das Wissen um die Anwendung. Wie oft habe ich schon gelesen, „wir leben wofür wir stehen“, oder „wir machen unsere Unternehmenskultur lebbar“, usw. Im persönlichen Kontakt mit diesen Unternehmen war nicht selten genau das Gegenteil der Fall.

Der Schlüssel zu besseren Ergebnissen

Und nun kommen wir dem Kern der Sache näher. Wie klingt folgendes in Ihren Ohren? Implementieren wir doch eine konstruktive Handlungskultur...klingt vielversprechend oder? Klingt einfach, oder? Es ist nicht so schwierig, da gebe ich Ihnen Recht. Schwieriger ist es oft, Entscheidungsträger davon zu überzeugen, dass dies der Schlüssel für wirklich langfristigen Erfolg sein kann, weil es hier um eine neue Art des Wirtschaftens geht, wodurch das Unternehmen echte Vorreiterstellung erreichen kann. Glauben Sie nicht? Oh, dann lesen Sie mal weiter.

Das Implementieren einer konstruktiven Handlungskultur hat grundsätzlich **sofort** einen PRO-Faktor: sie gibt dem Unternehmen/den Teams auf allen Ebenen sofort Identität und Handlungsorientierung. Dadurch wird es möglich, bessere Ergebnisse zu erzielen. Wenn Sie das wollen, wäre dies ein sehr vernünftiges Instrument. Und außerdem kann diese Handlungskultur gemeinsam (auf Führungskräfteebene, Teamebene, Abteilungsebene) erarbeitet werden. So wird auch die Identifikation mit Unternehmens-, Abteilungs- und/oder Teamwerten möglich. Dadurch entsteht eine Miteinander-Orientierung an der Zielerreichung, statt einer Gegeneinander-Orientierung durch den Egotrip Einzelner, so wird echte Effektivität und Effizienz in allen Bereichen erreichbar und messbar.

Die abschließende Frage: Welche Ergebnisse wollen Sie erzielen?

Wenn Ihre Ziele in etwa so lauten: „wir wollen Vorreiterunternehmen sein; wir wollen wachsen mit neuen Ansätzen – effizient und wirkungsvoll; wir wollen echte Arbeitseffizienz und Motivationssteigerung in unseren Teams (das ist nämlich ein netter Nebeneffekt, der sich ohnehin einstellt); wir wollen unsere Zielerreichung lenken, indem wir schnellere und bessere Ergebnisse erzielen, wir wollen auch in Krisenzeiten stabil bleiben, wir wollen höhere Produktivität und Qualitätssteigerung, usw. – dann haben Sie soeben einen Ansatz gefunden, der genau das (uvm) bewirkt.

Wertebelebung - bedeutet:

Entstehung von Wertebewusstsein,

verstärkte Werteorientierung,

konkrete Werteumsetzung.

Langfristig haben Sie davon: Vorteile, Vorteile, Vorteile.