

Werte vermitteln, geht das?

16.10.2007, 18:05 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *human-logik*[®]

Mit seiner These: „Wir benötigen keine neuen und modernen Werte, sondern zeitgemäße und umsetzbare Zugänge zu bewährten Werten“, macht Oliver Groß, einer der Begründer der *human-logik*[®], Mut und zeigt - frei von Dogmen und Ideologien - dass es möglich ist.

Um was geht es?

Jeder spricht von Werten und Werteorientierung! Dass dies zurzeit einen wichtigen Platz einnimmt, ist begrüßenswert. Immer mehr Unternehmer und Führungskräfte sind bestrebt, eine Wertestruktur in ihr Unternehmen zu platzieren, weil die Wichtigkeit von Werten im Unternehmenserfolg erkannt wurde und das hat seine Berechtigung.

Deutsche Verbände Forum

In einer Befragung unter 365 führenden Unternehmen in 30 Ländern durch Booz Allen Hamilton und das Aspen Institut wird deutlich, dass gelebte Werte eine Verbindung zum finanziellen Erfolg ergeben. (Quelle: Deutsches Verbände Forum)

Abendblatt, erschienen 24. Dezember 2004

Dr. Manfred Sliwka (74), Ökonom, Unternehmensberater und Philosoph, wird noch deutlicher. Auf die Frage, ob Führungskräfte mit klaren Werten erfolgreicher sind, sagt er: Ja, wenn man Führungskräfte an ihren langfristigen Erfolgen misst. Kurzfristig können schlitzohrige Manager zwar Erfolge erzielen, aber in unserer höchst kommunikativen Gesellschaft bilden sich Images. Und das Image "Hüte dich vor dem oder dieser Firma" verschlechtert die Erfolgsaussichten.

In vielen Gesprächen haben wir allerdings auch festgestellt, dass es oft bei Wünschen und Appellen bleibt. Die Versuche dies zu tun, beschränken sich aber meist nur auf drei Wege.

1. Das Unternehmen bestimmt einen Wertekatalog und publiziert diesen auf seinen Webseiten, Mitarbeiterzeitungen und in Rundschreiben.

- Aber Werte bestimmen ist bestenfalls ein Versuch, dessen Erfolg auf die Gesamtheit des Unternehmens gesehen fragwürdig ist.

2. In der zweiten Variante bedient man sich sog. Werteautoritäten, die den Versuch unternehmen, Werte zu lehren. Oft werden dann verschiedene Wertvorstellungen als richtig oder falsch dargestellt.

- Werte kann man auch nicht lehren, ohne Gefahr zu laufen in eine Ideologie oder in ein Dogma zu verfallen.

3. Die dritte und häufigste Variante ist die, dass die Firmenphilosophie als Wertmaßstab und der wirtschaftliche Erfolg als Maß aller Dinge benannt werden.

- Wenn wirtschaftlicher Erfolg zur Wertevorstellung wird, läuft das Unternehmen aber Gefahr, eigentliche Werte zu entwerten, was mittelfristig den wirtschaftlichen Erfolg wieder in Gefahr bringt.

Warum Werte?

Der Sinn von Werten oder Werteorientierung ist, eine Orientierungsgrundlage zu schaffen, die hilft, die richtigen Entscheidungen für sich selbst zu treffen. Richtige Entscheidungen sind die, in denen Sie ein reines und befriedigendes Gewissen für sich haben und es Ihnen leicht fällt für diese getroffene Entscheidung und deren Wirkung Verantwortung zu übernehmen.

Ziel ist, gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern ein akzeptiertes Verständnis von Werten und eine praxistaugliche Wertevorstellung zu entwickeln und umzusetzen. So wird für den Mitarbeiter bzw. dem gesamten Unternehmen ein natürlicher und eigenverantwortlicher Umgang mit dem Kunden, den Kollegen und den täglichen Erfordernissen genauso ermöglicht, wie das Selbstverständnis für den wirtschaftlichen Erfolg des eigenen Unternehmens. Kurz, Werte schaffen Erfolg.

Was ist die Lösung?

Oliver Groß und Dr. Klaus Fallenstein, die Begründer der human-logik[®], zeigen Wege auf, wie Sie als Führungskraft die entscheidenden Voraussetzungen schaffen und den Weg zu einem wertorientierten Unternehmen erreichen können. Mit dem Prinzip der human-logik[®] und dem Arbeitsbuch „Notizbuchstrategie“ haben Sie erstmals eine Möglichkeit, mit wenig Aufwand und einer einfachen Handhabung die Vermittlung von Werten und Wertevorstellungen in Ihr Unternehmen zu platzieren.

Dass Werteorientierung garantiert mehr Sicherheit, Erfolg und Nachhaltigkeit schafft und Unternehmen, Mitarbeiter und Menschen an sich erfolgreicher sind, ist kaum noch umstritten. Werte schaffen also Erfolg.

Oliver Groß
Sandweg 108
60316 Frankfurt

Portrait

Oliver Groß, Jahrgang 1959 - Rhetor und Autor ist seit 1992 in der Weiterbildung tätig. Er schult namhafte Unternehmen wie Siemens, ADAC etc. und Stipendiaten - der Hanns-Seidel Stiftung, e-fellows, Studienstiftung des deutschen Volkes etc.

News-ID: 164675 • Views: 1406 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/164675/Werte-vermitteln-geht-das.html>