

Aufstieg

Tipps für den nächsten Karrieresprung. Von Martina Forsthuber



René Otto Knor,
Unternehmensgründer der
NLP Akademie: „Werte dürfen
nicht mit Erfüllungskriterien
verwechselt werden.“

PETRA-SPIOLA

Wertemanagement im 21. Jahrhundert

Wieso Unternehmenswerte keine Worthülsen bleiben dürfen.

Einhundertachtzig Millionen Menschen gingen im letzten Jahrhundert für Werte in den Tod, die oft genug nicht einmal ihre eigenen waren. Das heißt: Werte veranlassen uns zu bestimmten Handlungen und erklären, warum wir etwas für gut oder böse, richtig oder falsch erachten“, erklärt René Otto Knor, Unternehmensgründer der NLP Akademie. „Werte sind für jeden Einzelnen sowie für jedes Unternehmen richtungweisend. In Unternehmen sind Werte oft auf Websites und in Broschüren nachzulesen oder gleich in der Empfangshalle plakativ affiziert. Sie sind das, was dem Unternehmen Emotion und Charisma verleiht. Werden aber Werte im Value Management mit Erfüllungskriterien wie Freundlichkeit oder Leidenschaft verwechselt, ist die Folge, dass Menschen funktionalisiert agieren. Sie haben zwar das Wie verstanden, sind aber nicht von innen heraus motiviert, um das Warum zu erkennen. Damit fehlt die Identifikation mit den Unternehmenswerten, und mögliche Folgen sind Instabilität, Misstrauen, Fluktuation, Frustration.“ ●