

SM 03014 (ex. PM 03014)

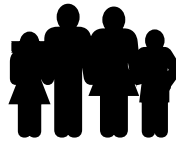


WERTE für Menschen in KS - Firmen

- qualitative ? – innovative ? – prepared ? – flexible ? – competent ? – value conscious ? -

R:\PRSMTTLG\2003\PM-03014-d-Werte\PM 03014_D_Werte_210322stk.doc
s.a. PM 04022 Leitbild; PM 03014 Werte bei PM, PM 03037 Integrität Führungskräfte;
PM 04087 PM Integritätserklärung - GEC 9307dt-PM) und PM 04074 „Vertrauen bei PM“,
sowie PM 04075 „Fairness“; PM 03039 GE- values; VM 97065 „Wer hier schafft will gut sein“;
PM 05101 PM Leitbild verschieden formulieren?, CI 031025 PM-Werte – 2010.>130130-Letged-Institute>
WD 130130-Fittest

Stand 030715>030729KS> 060501ks>060605ks>140402cim>140411stk>210322stk



“Werte”

Was bedeutet es für unsere Arbeit, wenn wir von “Werten” sprechen?

In Übereinstimmung mit dem Putzmeister-Motto wollen wir uns

freuen beim Dienen, Bessern, Werte schaffen.

Deshalb ist es wichtig, dass wir eine klare Vorstellung von unseren Werten im Allgemeinen haben – nicht nur von denen, die in unserem Putzmeister Wertekatalog „Wie wir sein wollen“ aufgeführt sind (Firmenphilosophie).

Menschen – und insbesondere unsere Kunden – treffen Ihre Entscheidungen nach **Interessen, Gefühlen und Wertevorstellungen**. Deshalb müssen wir eine klare Vorstellung davon haben, welche Gefühle und Vorstellungen wir mit „Werte“ meinen, wir müssen uns die Bedeutung dieses Begriffes bewusst machen. Dies v. a., weil richtige Entscheidungen zu treffen der Schlüssel für beruflichen wie privaten Erfolg ist.

Was wir seit 2003 zu Werten lernten – auch bei KSG – ist hier tiefergehend beschrieben. Was wir also früher und unten als „Wertekatalog“ beschriebenen und in dem sog. CoPhy Sheet traditionell einprägten gilt im nur leicht veränderten gelben Inhalt weiter.

Gemeint wurde heute wieder wie ganz früher vom „So wollen wir sein“ dann „So wollen wir wahrgenommen werden“ zum heute 2021 Charaktermarker „so GUT sein“ Gut im Sinne des KSG Leitbildes und KSG Mission „Suchen und Fördern des GUTEN schlechthin“. Mehr dazu in

SM 210319 CophySheet 2021-KSG-News zur Vertrauens-Bildung

Die Riesen-Aufgabe für jeden von uns – SO SEIN

Klar: Ein Wert ist, was einem wertvoll ist. Wertvoll als MENSCH: Für viele ist das eben Geld.

Mit dem **Begriff „Wert“** verbinden wir im Business eigentlich ein Konzept. Nach Rupert Lay handelt es sich um ein Konzept, das aus einer soziokulturellen Entwicklung hervorgegangen ist und von einer soziokulturellen Einheit von Menschen (Einer Firma, einer Vereinigung etc.) angenommen und verinnerlicht wurde.

Im Allgemeinen stellen Werte die Konzepte dar, die von einer Gesellschaft allgemein als gut und wünschenswert angesehen werden und die Ihren Mitgliedern Führung und Orientierung bieten. Mit **menschlichen Werten** meinen wir besonders jene, aus denen die Menschen Kraft schöpfen bei Ihrem Streben nach dem Guten.

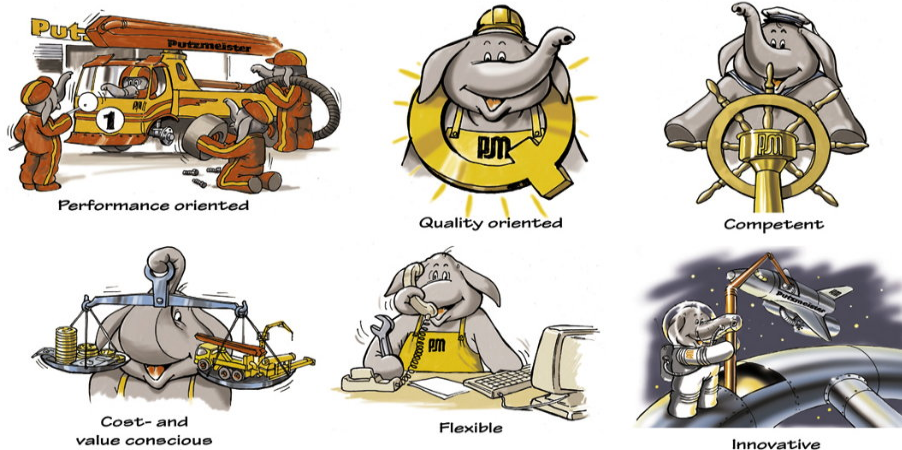
Wenn unser **Gewissen** in diesen menschlichen Werten verwurzelt ist, wird es verständlich, warum Reue die schmerzhaftesten Wunden verursacht. Aber die menschliche Gesellschaft – und fast jede religiöse Organisation - lieferte auch viele Beispiele „gewissenhafter Gewissenlosigkeit“ wenn das elementar menschlich GUTE missachtet wurde, was z. B. in den „globalen Menschenpflichten“ verankert ist.

Vertrauen ist eine der wichtigsten Tugenden im Geschäftsleben. Es entsteht Werte basiert am ehesten im familiären Umfeld.

Normalerweise unterscheidet man zwischen **moralischen Werten** (Aufrichtigkeit, Fairness, Loyalität), **religiösen Werten** (Hoffnung, Glaube, Liebe; zehn Gebote, **politischen Werten** (Toleranz, Freiheit, Gleichheit), **ästhetischen** (Kunstfertigkeit, Schönheit) und **materiellen Werten** (Wohlstand), **Familienwerten** und **Unternehmenswerten** - letztere meinen wir in diesem Kontext, wenn wir auf die PM-Firmenphilosophie Bezug nehmen (Cophy).

How do we want to be?

Values of our company philosophy



Achieving quality and profitability through competence and innovation

Firmenangehörige, die sich mit dem Wertekatalog ihres Unternehmens nicht identifizieren können und sich ausdrücklich damit nicht wohl fühlen, haben keinen Platz in der Firma – auch wenn sie auf Ihrem Gebiet erfolgreiche Experten sind, denn sie fügen sich in kultureller Hinsicht nicht ein. Dies führt letztlich zu großen Problemen. Sie können von Partnern und anderen Firmenmitgliedern **nicht als integer gesehen** werden.

Moralisches Wertebewusstsein als die „klassische“ Gewissenhaftigkeit leitet auch zu Wegen, durch welche die ökonomischen, politischen, sozialen und kulturellen Werte in der Gesellschaft **bewusst gemacht** werden.

Alternativ unterscheiden wir zwischen **ökonomischen, politischen, sozialen, kulturellen und moralischen Werten**. Letztere zeigen die Methoden auf, durch welche die ökonomischen, politischen, sozialen und kulturellen Werte in der Gesellschaft bewusst gemacht werden.

Diese erstrebenswerten Wertekonzeptionen stellen eine universelle und grundlegende Anleitung dar und **geben den Menschen Hilfestellung bei ihren Entscheidungen**, wenn sie z.Bsp. zwischen verschiedenen Handlungsalternativen, beim Planen oder im Strategieprozess entscheiden müssen (s. Einleitung).

Von den Werten werden die Normen abgeleitet (Gesetze, Moral, Vorschriften, auch Porgas und technische Normen, Verbote) und die Rollen (die z. Bsp. jemand in seinem Beruf einnimmt), die unser tägliches Tun und unsere Unternehmenskultur prägen.

In erster Linie tragen die Tugenden dazu bei, **die richtigen, besten Handlungen** in einer soziokulturellen Gemeinschaft durchzuführen.

Eine kulturelle Einheit definiert sich durch eine Gemeinschaft von Werten und steht damit über einer lediglich durch gemeinsame Geschichte und Sprache definierten Gemeinschaft.

Die wichtigsten Epochen unserer Geschichte sind Beispiele solcher soziokulturellen Einheiten – und erklären auch ihr Auf und Ab im Zeitenlauf.

Es ist wichtig zu beachten, dass **Werte sich verändern können** während ihrer Entstehung und auch danach und dass sie mit dem Untergang einer soziokulturellen Einheit auch wieder verschwinden können. Wenn solch eine soziokulturelle Einheit zerfällt, kommt es zu einem zeitweisen Vakuum, das sich wieder mit neuen Werten füllt. Zu solch einem Zerfall kommt es meist dann, wenn grundlegende menschliche Werte vernachlässigt werden, wie z. Bsp. die goldene Regel oder grundlegende religiöse Werte, wie sie von Weltethos betont werden. Durch diese religiösen Werte sind wir als eine einzige globale Familie vereint. Für Weltethos ist das Prinzip der Menschlichkeit noch elementarer („Jeder Mensch muss menschlich behandelt werden“. Das bedeutet Freiheit, Gleichheit, Solidarität, Toleranz, Respekt vor der Natur und Verantwortung für die Gemeinschaft. So wird aus der Globalisierung eine positive Kraft für die ganze Welt.

Wer für die gute Zukunft seiner Firma – einer kulturellen Einheit - arbeitet, muss also dafür sorgen, dass Wertekontinuität erhalten bleibt und besonders die Kernwerte bewußt bleiben. Sie müssen die Menschen stark machen, den Lebenskampf zu bestehen.

Tugenden: Die Fähigkeit, sich in Übereinstimmung mit den individuellen Werten zu verhalten. Tugenden sind nur dann echt und aufrichtig, wenn sie um ihrer selbst willen gelebt werden.

Moral: Dies ist die Summe von Prinzipien, welche in einer Gesellschaft definiert, was ethisch richtig oder falsch ist, gut oder schlecht.

Ethik: Hier ist das Studium der Regeln gemeint, die menschliches Verhalten bestimmen (z. Bsp. die goldene Regel), ebenso die philosophische Disziplin, die sich damit befasst zu erklären, warum man moralische Regeln braucht, also die Regeln, die sich einer selber aufstellt und an denen er sich in seinem Leben orientiert (Weltanschauung, bewusste und unbewusste religiöse Verhaltens-Grundsätze). **Ethik bedeutet auch:** (die Lehre vom Leben): Hier ist das Studium der Regeln gemeint, die menschliches Verhalten bestimmen (z. Bsp. Die goldene Regel), ebenso die philosophische Disziplin, die sich damit befasst zu erklären, warum man moralische Regeln braucht, also die Regeln, die sich einer selber aufstellt und an denen er sich in seinem Leben orientiert.

Deshalb sind die traditionellen menschlichen Werte und Tugenden Bausteine von Ethik und Moral. Wirklich gelebt führen sie zu höherem gesellschaftlichem Ansehen, fördern Bildung und bringen unsere Persönlichkeit weiter.

Anstrengungen, Werte wirklich zu leben, führen uns z. Bsp. zur 5-Fragen-Probe (basierend auf der rotarischen 4-Fragen-Probe), die nach dem moralischen Sinn fragt und die über allem stehen sollte, was wir denken und tun, sei es privat oder beruflich, wie insbesondere von **Rotary Club** Mitgliedern gefordert:

1. Ist es wahr?
2. Bin ich aufrichtig?
3. Ist es fair für alle Beteiligten?
4. Wird es Freundschaft und guten Willen fördern?
5. Wird es dem Wohl aller Beteiligten dienen?

Diese 5-Fragen-Probe erwuchs aus Problemen im beruflichen Umfeld. Sie wurde bei PM zur Vertrauensformel für die Firmenangehörigen und Kunden des Unternehmens und findet sich als Vertrauen sichernde Norm im Vorwort all unserer Verträge.

Wir hoffen, dass immer mehr Firmenangehörige von PM solches Werte orientiertes Denken verinnerlichen im Sinne unserer gemeinsamen Anstrengung für ständige Verbesserung als dem wesentlichen Bestandteil des Lebens. Verhalten, das auf guten Werten beruht, führt nicht nur zu höherem gesellschaftlichem Ansehen und fördert Persönlichkeitsbildung, sondern sichert unserem Unternehmen und auch eine gute Zukunft.

Dipl.-Ing. Karl Schlecht
Aufsichtsratsvorsitzender
Putzmeister AG

Anhang:

Beispiel für ein Dienstleistungsunternehmen:

Unsere gemeinsamen Werte:

Ein positives Lernumfeld schaffen:

- Ein Umfeld schaffen, in dem sich die Menschen vertrauen
- Offener Wissensaustausch unter den Kollegen
- Ein positiver, respektvoller Umgang miteinander
- Freude haben

Sich gegenseitig persönlich Hilfestellung geben:

- Bereit sein, um Unterstützung zu bitten
- Aufrichtig zuhören und sich um gegenseitiges Verständnis bemühen
- Sich gegenseitig als Menschen helfen
- Sich gegenseitig als Geschäftsleute helfen

Zusammen anspruchsvolle Projekte meistern:

- sich nach Möglichkeiten für eine positive Zusammenarbeit umsehen
- Synergien schaffen – zusammen tun, was man nicht alleine schaffen kann
- Sichtbar und deutlich Einfluss nehmen
- Den Stand von Kunst und Wissenschaft voran bringen

Einen bedeutenden Beitrag für die Welt leisten:

- Gemeinsam daran arbeiten, neue Möglichkeiten zu eröffnen
- Unsere Ressourcen mobilisieren, um eine Aufgabe zu erledigen
- Spezielle Teamprojekte anregen
- Voneinander lernen, um zukünftig einen größeren Einfluss ausüben zu können

Websites mit interessanten Wertekatalogen guter Firmen:

- Hier finden Sie Ausführungen der General Electric Company zur Bedeutung von Integrität für das Unternehmen www.ge.com/files/usa/en/commitment/social/integrity/downloads/german.pdf
- Kurzfassung der Werte bei GE: [General Electric Company](http://www.ge.com/files/usa/en/commitment/social/integrity/downloads/german.pdf)

Links ((wie bisher)):