

manager-studie

Spannungsfeld zwischen Gewinnen und Werten nagt an den Managern

Während sie selbst durchaus werteorientiert agieren möchten, steigt der Druck, bessere Zahlen zu liefern.

Mindestens so ambivalent wie das gesamtwirtschaftliche Umfeld, in dem sie sich bewegen, dürfte auch die innere Verfassung der Manager sein, die für den Erfolg ihrer Unternehmen in eben diesem Umfeld verantwortlich zeichnen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Erhebung bei rund 1.300 Managern aller Hierarchieebenen, die von der impulswerkstatt, einem Kompetenzzentrum für Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung in Salzburg, durchgeführt wurde.

Raus aus der Tretmühle. „Werte sind für Manager wichtig, aber nach der Wirtschaftskrise wird noch mehr auf Profit geachtet“, bringt Gerald Ziegler, Geschäftsführer der impulswerkstatt, die Ergebnisse auf den Punkt. Befragt nach dem wichtigsten Wert, an dem sie ihr Leben ausrichten, führen bei den Führungskräften Wertschätzung (11 %), Vertrauen, Liebe, Glück und Zufriedenheit (jeweils 10 %) die Werteskala an und liegen damit klar vor Erfolg und Anerkennung (5 %) oder Geld und Wohlstand (2 %). Was sich in den Unternehmen jedoch nach der Krise tatsächlich am stärksten verändert hat, ist allerdings eine noch intensivere Umsatz- und Gewinnorientierung. Das beobachten 27 Prozent der Manager. Dem gegenüber stehen eine gestiegene gesellschaftliche Orientierung (24 %), die stärkere Beachtung der Bedürfnisse von Mitarbeitern (13 %) und bewusster Umweltorientierung (9 %). Der Rest sieht keine Veränderungen nach der Krise (siehe Grafik rechts).

Ist die Diskrepanz zwischen der von Führungskräften zunehmend erkannten Bedeutung von Werten sowie Nachhaltigkeit und

dem zunehmenden Arbeits- und Ergebnisdruck ein weiteres unlösbares Dilemma der wirtschaftlichen Realverfassung? Nicht unbedingt, wie Ziegler meint: „Leider haben viele Führungskräfte noch nicht gelernt, wie man beides realisieren und aus der Tretmühle der eigenen Vorstellungen aussteigen kann.“ Mit dem impulswerkstatt-Ansatz „Spirit & Profit“ verspricht der Management-Experte Führungskräften und Unternehmen eine erfolgreiche Integration der beiden Ebenen.

Engagement für Gewinne. Aus Sicht der Manager sind zwar fast 80 Prozent der Mitarbeiter sehr engagiert, lediglich etwa 60 Prozent jedoch auch glücklich mit ihrer Arbeit. Hier sieht Ziegler noch ein enormes Steigerungspotenzial – nicht nur für die Arbeitsfreude, sondern vor allem auch für die Gewinne.

„Bei mehr Menschlichkeit und Inspiration in den Unternehmen könnten wir auch die Unternehmensergebnisse nachhaltig und kräftig steigern“, ist Führungsexperte Ziegler felsenfest überzeugt.

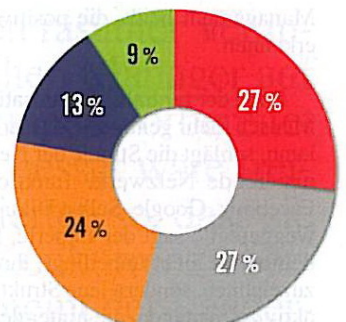


GERALD ZIEGLER, IMPULSWERKSTATT: „Gewinn- und Werteorientierung lassen sich erfolgreich integrieren.“



Werte: Worauf in den Unternehmen nach der Krise stärker geachtet wird

- Umsatz und Profit
- keine Änderung
- Gesellschaft
- Mitarbeiter und deren Bedürfnisse
- Umwelt



Quelle: impulswerkstatt.com

KRISENBILANZ. Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen agiert unverändert oder noch profitorientierter. Eine knappe Minderheit achtet mehr auf Gesellschaft, Mitarbeiter, Umwelt.

FOTOS: MICHAEL APPELT, BEUGESTELLT