

Werte gehören in den Schrank

oder?

Da war ich doch leicht geschockt, was ich da unlängst bei einem Abendessen hörte. Mein Tischpartner, ein CEO, der sein Unternehmen in die deutsche Tech-Szene geführt hatte, erzählte mir, dass er sich eigentlich gar nicht für Unternehmenswerte interessiere. Er hätte auch nie welche formuliert. Es scheint, dass genauso, wie man heute keine Werte mehr braucht, um zu überleben, Unternehmen sie auch nicht brauchen, um Gewinne zu erzielen.

Nachdem ich darüber etwas gegrübelt hatte, wurde mir klar, dass ich nicht einfach zu einem „Job“ ohne Werte zurückkehren wollte. Ich bin überzeugt, dass unsere Werte uns in vielerlei Hinsicht zum Erfolg geführt haben.

Erwartungsmanagement: ob es ums Einstellen, Entlassen oder Loben geht – deutlich kommuniziert verschafft dem Team, den Mitarbeitern Klarheit. Jeder weiss, was von ihm erwartet wird.

Unternehmenskultur: Rein finanzielle Anreize genügen eben bei Mitarbeitern nicht, um ihre Zeit und Energie für uns zu opfern. Warum entscheiden sich denn immer noch Mitarbeiter für unsere Betriebe – unserer Unternehmenskultur halber.

Zusammenarbeit: Einstellungen und Werte, die unseren Unternehmen zu Grunde liegen, sind eben nicht selbst-erklärend. Wenn man das begreift und

diese immer wieder mal mit den Mitarbeitern bespricht, wird die Zusammenarbeit deutlich leichter.

Phrasen vermeiden: nur zu verständlich die Skepsis gegenüber Vorträgen zu Unternehmenswerten. Für Pragmatiker sind diese meist nicht mehr als heiße Luft!

Wir kennen doch alle diese Klischees der mit ausgefallenen Worten und Begriffen geschmückten Präsentationen und Vorträgen.

Zugänglichkeit, Begeisterung, Entrepreneurship, Bescheidenheit, Exzellenz, Empathie - Blablabla!

Solche Werte sind so abgelutscht und allgemein, dass man sie lediglich als Worthülsen ignorieren kann.

Ich gehe davon aus, dass sie in der besten Absicht präsentiert und vorgetragen werden – sie bleiben dennoch Lippenbekenntnisse.

An dieser Stelle und genau in diesem Zusammenhang ist es Zeit inne zu halten und einem Mann zu gedenken, der in seinem beruflichen und privaten Leben Werte beispielhaft gelebt hat.

Hendrik van Gent verstarb am 20. Oktober im Kreis seiner Familie.

Es ist einfach angemessen an Hendrik van Gents Verdienste und Leistungen für unsere Branche zu erinnern.



Sikkens als Marke in den deutschen Markt einzuführen und zu etablieren gehört ebenso dazu wie Acoat Selected als erstes Kundennetzwerk aufzubauen.

Was Henk van Gent aber so Besonders gemacht hat, war sein großes Herz und seine Leidenschaft für sein persönliches Umfeld im Beruf und im Privaten.

Henk hat auch nie aufgehört seine Werte zu leben. So hat er sich nach seiner Pensionierung ganz besonders stark für sozial Benachteiligte und Asylanten in seinem Wohnort engagiert.

Mit der gleichen Verve, Energie und dem gleichen Mut, mit dem er in unserer Branche erfolgreich tätig war und Meilensteine setzen konnte.

Wer ihn kannte wird sich auch immer an ihn erinnern!

Doe het goed mijn vriend – we zullen je niet vergeten!

Wolfgang Auer, Chefredakteur