

Führung 3.0: Nur mit Werten gelingt die Wertschöpfung

Missmanagement und Korruptionsfälle, Steuerhinterziehungsskandale und Milliardengräber, Vorgesetzte, die ihre Mitarbeiter wegen der Mitnahme eines Brötchens entlassen, Videoüberwachung von Mitarbeitern ... Ist es da ein Wunder, dass Unternehmer, Chefs und Manager kein allzu gutes Bild in der Bevölkerung hinterlassen? Das Image ist am Boden, nur rund jeder Zweite heutzutage findet Topmanager und Vorgesetzte vertrauenswürdig.

Doch es besteht Hoffnung für eine Änderung: Ich habe in zig Gesprächen, Speakings und Trainings neuerdings das Gefühl, dass viele Manager verstanden haben. Dass sie Vertrauenswürdigkeit nicht einfach als Wert festlegen können. Wie sollten sie auch „befehlen“, dass andere sie vertrauenswürdig finden? Vertrauen entwickelt sich über die Zeit. Das dauert und ist extrem schnell wieder verbraucht.

Integrität ist der derzeit wichtigste Wert

Zur Vertrauenswürdigkeit gehört Glaubwürdigkeit, Authentizität und Integrität. Dabei nimmt letzterer Wert eine Schlüsselrolle ein. Die aktuelle Führungskräftebefragung der Wertekommission und des Reinhard-Mohn-Instituts der Universität Witten/Herdecke bestätigt das Ergebnis: Auch sie hat Integrität als derzeit wichtigsten Wert ausgemacht. Erfreulich! Denn noch vor wenigen Jahren war das Leben nach Richtlinien und Werten angesichts ständiger Beispiele von hoch bezahltem Missmanagement ein geradezu verhöhnter Wert.

Integrität schlägt sich direkt im Anspruch an das eigene Führungsverhalten nieder. In der „Führung 3.0“. Eine Führungskultur im Einklang mit sich selbst, aber auch mit den zu Führenden: den Menschen, die einem im Idealfall



selbst und gern Autorität zusprechen. Ich habe dies in meinen Büchern zur Führungsthematik in den frühen Zweitausenderjahren @lean leadership genannt. Diesen besonderen, wertebewussten, ethisch „korrekten“ und integren (Vertriebs-)Führungspersönlichkeiten erteilen Menschen freiwillig die Erlaubnis, ihnen voranzugehen.

Kein Geheimnis, dass diese Art der wertorientierten @lean leadership in Zeiten der Gen Y – ganz zu schweigen von der Gen Z, die gerade noch die Schulbank drückt – das funktionierende Führungsmodell ist. Eine Generation, die nicht mehr unter dem Primat

des Befehls, sondern einem Paradigma von Auswahl und Freiwilligkeit, von Attraktivität und Attraktion, von Wahl-Freiheit aufgewachsen ist. Die sich für das entscheidet, was sie selbst als wertvoll, als überzeugend, oder für sinnvoll hält.

„Walk your talk“

Die Konsequenz daraus: Unternehmen und Führungskräfte, ob im Vertrieb oder anderen Bereichen, müssen sich in Zukunft noch mehr Mühe geben, Wertebewusstsein, Offenheit und Kommunikation mit guten Ergebnissen, Wirtschaftlichkeit und Ertragsmaximierung zu verbinden. Zuallererst aber müssen sie die Werte im Unternehmen verankern – und zwar, indem die Führungskräfte das verkörpern, was sie von ihren Mitarbeitern erwarten. Ein Großteil des faktisch existierenden Glaubwürdigkeitsproblems der Führungskräfte hat gewiss damit zu tun, dass zwischen geäußertem Wort und beobachtbarer Handlung oft Unterschiede existieren. Menschen orientieren sich jedoch immer am beweisenden, handelnden Vorbild, statt sich dem zu widmen, was nur mit Worten gefordert wird! „Walk your talk“ lautet somit das Motto, das es zu verinnerlichen gilt.

Ad personam

Andreas Buhr ist Dozent für Leadership und Vertrieb an der European School of Business (ESB), Reutlingen, sowie an der ZfU International Business School, Schweiz. Bekannt geworden durch seine Vorträge auf großen Weiterbildungsforen und Kongressen, zählt Andreas Buhr zu den renommiertesten Speakern im Bereich Führung und Vertrieb. In den vergangenen 30 Jahren nahmen mehr als 500.000 Menschen an seinen Veranstaltungen teil. Seit September 2013 ist er Präsident der GSA German Speakers Association.

Weitere Infos: www.andreas-buhr.com bzw. www.buhr-team.com