

Ergebnisse der Befragung „Werte in Unternehmen“

Prof. Dr. Harald J. Bolsinger

Volkswirtschaftslehre & Wirtschaftsethik
Hochschule für angewandte Wissenschaften
Würzburg-Schweinfurt



Ergebnisse der Befragung „Werte in Unternehmen“

1. Die Befragungsziele

Das **Wertschöpfungspotenzial** eines Unternehmens steht im Zusammenhang mit der spezifischen – oft einzigartigen – **Unternehmenskultur**. Unternehmenskultur ist beschreibbar durch das aktiv gelebte Werteset im Unternehmen.

Es wird unterstellt, dass die jeweilige **Rangordnung der Werte** im Unternehmen unterschiedliche Erfolgswirkung entfalten kann.

In einer Befragung sollte die **subjektive Einschätzung der Wichtigkeit konkreter Werte** für den Unternehmenserfolg ermittelt werden.

Das zu prüfende Werteset wurde dem **Wertekatalog der Nürnberger Erklärung** von 2011 entnommen und **mit einer offenen Frage ergänzt**, um eventuell als erfolgswirksam eingeschätzte, aber in dem verwendeten Set fehlende Werte zu identifizieren.



Ergebnisse der Befragung „Werte in Unternehmen“

2. Die Befragungsdesign

Erhebung subjektiver Einschätzungen mittels standardisiertem Fragebogen in einem Multikanalansatz:

a) **Geschlossene Befragung** 02.10.2014 - 18.01.2015

Führungskräfte/Personalleiter von **großen Unternehmen** im Raum Norddeutschland (Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein)
> Print-Mailing und Online-Nachfass

b) **Offene Befragung** 30.10.2014 - 18.01.2015

Mitglieder deutschsprachiger **Verbände und allg. eMail-Listen** mit der Zielgruppe Entscheider & Führungskräfte
> Online über Newsletter



Ergebnisse der Befragung „Werte in Unternehmen“

3. Die Kernfragen

Welches sind die wichtigsten Werte für den Unternehmenserfolg?

- a) Bildung einer **Rangfolge aus 22 vorgegebenen Werten.**
(Abgeleitet aus der Kongresserklärung des KcF.)
- b) **Gibt es weitere Werte,** die für Sie noch wichtiger für den Unternehmenserfolg sind, als die hier präsentierten 22 Werte?



Das Wertebild:



Ergebnisse der Befragung „Werte in Unternehmen“

4. Die Werte-Rangfolge (im Detail)

Ehrlichkeit, Wahrhaftigkeit & Transparenz
(35%)

Integrität (13%), **Vertrauen** (12%)

Verantwortung (10%), **Fleiß & Engagement** (9%)

Gemeinschaft & Kooperation (6%), **Treue & Verlässlichkeit** (4%), **Gerechtigkeit** (3%)

Achtung vor Eigentum (2%), Fairness (2%), Freiheit (2%), Barmherzigkeit & Vergebungsbereitschaft (1%)
Freude (1%), Hilfsbereitschaft & Nächstenliebe (1%), Mut & Furchtlosigkeit (1%), Umweltbewusstsein (1%)

Familienfreundlichkeit (0%), Ausgeglichenheit & Ruhe (0%), Gelassenheit & Zuversicht (0%), Bildung (0%), Hoffnung (0%)
Geborgenheit & Schutz Benachteiligter (0%)



Ergebnisse der Befragung „Werte in Unternehmen“

5. Die Kernergebnisse

- a) Für den Unternehmenserfolg **am relevantesten**, werden folgende Werte eingeschätzt (zusammen ca. 60%):

Ehrlichkeit Wahrhaftigkeit & Transparenz Integrität Vertrauen

- b) **27 % der Befragten** sehen andere Werte als noch wichtiger für den Unternehmenserfolg an. Wichtiger als der meistgenannte Erfolgswert „Ehrlichkeit, Wahrhaftigkeit & Transparenz“ wurden eingeschätzt:

Authentizität, Autorität, partnerschaftliches Arbeiten, Gottvertrauen, Gebet, Inklusion, Kompetenz, Kritikfähigkeit, Nachhaltig partnerschaftliches Verhalten, Professionalität, Exzellenz, Pünktlichkeit, Qualität, Rücksicht, Veränderungsfähigkeit.



Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Zum Nachlesen:

Alle Ergebnisse sind ab 2. März 2015 über <http://www.wirtschaftsethik.biz> abrufbar.

