

Navigationsinstrument Werte



Von Peter Stalder

Werte stehen gemeinhin für das, was uns im Leben als wichtig und sinnvoll erscheint. Als Regulative steuern sie unser Denken und Handeln und geben uns Anhaltspunkte darüber, was richtig oder falsch, angemessen oder unangemessen ist. Gleichzeitig bilden sie die Grundlage für ganz unterschiedliche Lebenshaltungen, haben Vorbildwirkung, sind Entscheidungskriterien und nicht zuletzt die Grundvoraussetzung für das Wert-Schätzen anderer. Zu einem guten Teil entwickelt sich unser Wertesystem bereits in der Kindheit über die Erziehung. Andere »Orientierungshilfen« verinnerlichen wir uns erst im Laufe des Erwachsenwerdens, oftmals als abstrakte Nominalisierungen und Lebensmotive wie zum Beispiel »Macht«, »Erfolg« oder »Status«. Der Entwicklungsprozess dessen, was wir ablehnen oder gutheißen, verlangsamt sich jedoch im Laufe unseres Lebens wieder oder kommt gar zum Erliegen. Menschen, die ihre Wertvorstellungen nicht mehr kritisch hinterfragen und gegebenenfalls modifizieren, erleben wir im Alltag gewöhnlich als starre Prinzipienreiter.

In einer prozessbegleitenden Selbstreflexion wie dem Coaching bildet die Wertefindung als Blick auf die innere Landkarte des Klienten den Grundstein für jedes weitere Intervenieren. Wenn Ent-

scheidungsfindungen, Sinnfragen oder Strategien zum Verwirklichen von Zukünftigem anstehen, dienen Werte als Navigationsinstrumente für das Entwickeln von Kriterien, Visionen und Zielen. Dabei geht es einerseits um das Bewusstmachen schon erfolgreich gelebter Werte und andererseits um deren Erhalt und Entwicklung im Sinne einer nachhaltigen Wert-Schöpfung. Auch hier ist Coaching nichts anderes als eine Hilfe zur Selbsthilfe: ich kann nicht Sinn und Werte für jemanden entwickeln, sondern nur die Rahmenbedingungen schaffen, damit der Klient diese für sich selber erschließen kann. Denn seinen Garten hat er schon längst angelegt – ich kann ihn dabei unterstützen, diesen mit den geeigneten Werkzeugen zu bebauen.

Es ist schon paradox: Zu keiner Zeit war das Individuum freier und zugleich in seiner Freiheit gefangener als heutzutage. Der »getriebene Mensch«, von dem der amerikanische Soziologe Richard Sennett angesichts der neuen ökonomischen Realität seit Mitte der 1990er Jahre spricht, scheint jedenfalls zusehends Opfer von Wertepolarisierungen zu werden. Da prallen Gewissenhaftigkeit gegen Gewinnoptimierung, Weitblick gegen Kurzsichtigkeit, Freiheit gegen Bindung, Ehrlichkeit gegen Kalkül und Authentizität gegen Scheinheiligkeit. Und solange uns die Fülle der täglichen Entscheidungen beinahe erdrückt und wir unsere Ansprüche an Effizienz und Exzellenz ins Wahnhafte steigern, muss auch die Angst vor dem Scheitern und letztlich vor dem Wertevakuum in erheblichem Maße steigen.

Stehen wir vor dem Totalausverkauf unserer Werte? Noch besitzen sie keinen Marktwert. Aber wie lange noch?