

Werte, die Wert schaffen

Ein Gespräch mit Sven H. Korndörffer, Vorsitzender des Vorstands der Wertekommission, und Ingo Weiss, Partner des Immobilienunternehmens Driven.

Eine gute Unternehmensführung stellt Werte wie Respekt, Integrität und Verantwortung in den Mittelpunkt ihres Tuns. Warum das für die Gesellschaft und auch für die Unternehmen selbst von existenzieller Bedeutung ist, diskutieren Sven H. Korndörffer und Ingo Weiss.

Herr Korndörffer, was genau ist die Wertekommission? Was sind Ihre Ziele?

Korndörffer: Die Wertekommission ist eine Initiative für Führungskräfte in Deutschland, die es sich zum Ziel gesetzt hat, über alle Hierarchien hinweg das Bewusstsein zu stärken, dass ein werte-orientierte Unternehmensführung mehr Wert schafft. Wir haben uns im Jahr 2005 gegründet, in einer Zeit, als wir das Gefühl hatten, dass die Wirtschaft einem rapiden Werteverlust unterliegt. Wir wollten denjenigen, die sich für Werte engagieren, damit die Möglichkeit geben, Gesicht zu zeigen und eine Vorbildfunktion einzunehmen. Denn unsere Gesellschaft braucht Vorbilder, nicht zuletzt und gerade auch in der Wirtschaft.

Um welche Werte geht es Ihnen konkret?

Korndörffer: Im Kern geht es uns um sechs Grundwerte, die wir in einem heuristischen Prozess entwickelt haben und die eines sein sollen: praxisgerecht. Diese Werte lauten: Vertrauen, Verantwortung, Integrität, Respekt, Mut und Nachhaltigkeit. Vertrauen ist dabei der Nukleus, denn ein Unternehmen, das den Menschen nicht vertraut, nimmt seinen Mitarbeitern die Sicherheit und macht sie in letzter Konsequenz führungslos. Verantwortung heißt, den Eigennutz dem unternehmerischen Gesamtinteresse unterzuordnen. Integrität meint die konsistente Orientierung an Werten, Gesetzen und Normen. Respekt steht für die Achtung gegenüber anderen Auffassungen. Mut braucht es, entsprechend seiner Überzeugungen das Unternehmen auch durch schwierige Zeiten führen zu können, wie etwa aktuell die Coronakrise. Und wer sein Unternehmen nachhaltig führt, der sorgt für eine langfristige Positionierung auch über sein eigenes Wirken im Unternehmen hinaus. Diese Werte wirklich zu leben, bedeutet, immer wieder in den Spiegel zu schauen und sich zu fragen: Mache ich das richtig?

Ihre Zwischenbilanz nach 15 Jahren Wertekommission – was, und vor allem: wen haben Sie erreicht?

Korndörffer: Es freut mich, sagen zu können, dass es uns gelungen ist, unsere Themen auch weit über die Wirtschaft hinaus in die Gesellschaft zu tragen. Beispielsweise ist unsere jährliche Führungskräftebefragungen mit der TU München die einzige Langzeitbefragung zum Thema werteorientierte Führung in Deutschland. Zudem zeigen Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Kirche tatsächlich im wahrsten Sinne des Wortes „Gesicht“. Zum einen über unser bundesweites Diskussionsformat, die Werteforen. Zum anderen über diverse Buchpublikationen, wie aktuell das neue Buch „Apropos Werte“, das ein äußerst lebendiges Bild der Wertediskussion in Deutschland zeichnet! Und es kommen immer wieder neue Formate

hinzu. Zum Beispiel unser neuer Podcast, der von der langjährigen Wirtschaftsjournalistin und heutigen Kommunikationschefin der HypoVereinsbank/UniCredit Andrea Rexer moderiert wird. Vor allem aber ist unser Netzwerk mit werte-orientierten Menschen in den 15 Jahren unseres Tuns kontinuierlich gewachsen und wird von immer mehr Unternehmern unterstützt. Einer von ihnen ist ja heute dabei ...

Sie meinen Ingo Weiss, der sich mit seinem neuen Immobilienunternehmen Driven gerade erst der Wertekommission angeschlossen hat. Herr Weiss, was hat Sie persönlich motiviert, sich an der Initiative zu beteiligen?

Weiss: Vertrauen ist die Basis auf der meine Partner und ich Driven gegründet haben. Wir schätzen und respektieren uns schon länger und hatten Lust, gemeinsam etwas auf die Beine zu stellen. Und das heißt für uns eben nicht, sich von Projekt zu Projekt zu hangeln, sondern das Unternehmen langfristig aufzubauen. Da kann etwa der Ankauf eines alten Immobilienportfolios, das man dann 30 Jahre weiterbetreibt, durchaus nachhaltiger wirken als manches Neubauprojekt. Mit diesem internen Nachhaltigkeitsanspruch werden wir auch unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht. Wer ein Unternehmen erfolgreich führen will, muss zwar stets risikobereit sein, zugleich aber darf er seine Mitarbeiter und ihre Familien nicht gefährden. Für ihr Wohlergehen zu sorgen, ist ein gesellschaftlicher Auftrag dem man sich stellen muss.

Wie sieht Ihr Engagement in der Wertekommission aus, wie und wo können Sie aktiv werden?

Weiss: Wir haben mit einer Fördermitgliedschaft über drei Jahre begonnen und werden somit natürlich auch das Jubiläumsjahr 2020 finanziell unterstützen. Darüber hinaus wollen wir versuchen, mit unserem Bekenntnis zu ethischen Werten nach außen zu wirken und für die Ziele der Wertekommission mit unserem Namen einzustehen – gerade in der Immobilienbranche.

Korndörffer: Die langfristige finanzielle Unterstützung ist für unsere Initiative überaus wichtig, um die ehrenamtliche Arbeit in der Wertekommission überhaupt möglich zu machen. Bei einer Zusammenarbeit ist es uns wichtig, dass die Werte, die wir postulieren, von den Mitgliedern auch tatsächlich gelebt werden.

Das Motto der Wertekommission lautet: „Werte schaffen Wert“. Nun schafft die Immobilienwirtschaft ja definitiv bleibende Werte, wird aber häufig weniger mit ideellen Werten in Verbindung gebracht. Woran liegt das?

Weiss: Die Immobilienwirtschaft hat in den vergangenen zwei Jahrzehnten einen gewaltigen Boom erlebt, der mit einer gewissen Goldgräberstimmung einherging. Es ist für keine Branche gut, wenn viele junge Leute zu schnell zu viel Geld verdienen. Da treten ethische Werte dann schnell in den Hintergrund. Aber das ändert sich gerade. Es entsteht wieder ein größeres Verständnis dafür, dass gesunde Rendite nicht unbedingt maximale Rendite bedeutet.

Korndörffer: In fast allen unserer Führungskräftebefragung der letzten Jahre wurden tatsächlich den Werten Vertrauen und Verantwortung die größte Wichtigkeit eingeräumt. Interessanterweise rangierte Mut immer auf dem letzten Platz. Dabei braucht man ebenso auch Mut zur Verantwortung!

Weiss: Ich denke, dieser Aspekt wird nun durch die Coronakrise stärker in den Vordergrund treten. Denn aktuell braucht es ja wirklich Mut, um seiner Verantwortung gerecht werden zu können. Gute Unternehmen wissen, dass sie in der derzeitigen Lage eine Schippe drauflegen müssen, denn schon jetzt ergeben sich aus der Krise auch Chancen.

Das Thema Werte beschäftigt derzeit auch die EU-Kommission. Demnächst sollen verbindliche ESG-Kriterien ökologische und soziale Verantwortung sowie gute Unternehmensführung voranbringen. Was halten Sie von dieser Initiative?

Weiss: Ich stehe dem zwiespältig gegenüber. Der Anspruch ist richtig, aber um meiner Verantwortung als Unternehmer gerecht zu werden, brauche ich keine EU-Taxonomie. Ein starres Regelwerk dieser Art mag für Wirtschaftsprüfer ein Gewinn sein, für den Mittelstand ist es zu kompliziert.

Korndörffer: Einer ganzheitliche Nachhaltigkeitsbetrachtung können und sollten wir uns nicht entziehen. Zudem ist der Ansatz der EU-Kommission richtig, positive Impulse für ein nachhaltigeres und klimafreundlicheres Wirtschaften zu geben. Ich würde mir aber wünschen, dass man während und auch nach dem Prozess immer wieder Evaluationspunkte einbaut, um die Regeln zu reflektieren und um zu schauen, welcher Ansatz richtig war und welcher nicht. Auf jeden Fall ist im ESG-Umfeld mehr Transparenz und Standardisierung von Vorteil, damit Investoren entsprechende Anlageentscheidungen treffen können.

Weiss: Transparenz ist gut, Standardisierung aber darf nicht zu weit gehen. Wertebasiertes Handeln sollte auch Spaß machen. Den Ansatz der Wertekommission, andere durch Vorbilder zu motivieren, finde ich daher deutlich sinnvoller als starre Verordnungen. Auch die unternehmerische Freiheit ist ein Wert, den man achten muss.