

## .. als Team-Erfahrung

Durchführung	einfach
Effektivität	□□□□
Anzahl Familien	3
Workshop-Tauglichkeit	□□□□□

Innere Werte sind Substantive, die man nicht auf einer Schubkarre davon schieben kann. Also abstrakte Nomen, die eine der tiefsten Bewertungsmaßstäbe von Menschen darstellen. Die konkrete Ausgestaltung ist subjektiv. Es gibt also kein „richtig“ oder „falsch“. Sie sind durch unsere Sozialisierung tief verwurzelt. Sie sind unsere subjektive Bewertungsgrundlage:

### **Inhalte** [Verbergen](#)

#### [.. als Team-Erfahrung](#)

#### [Woher kommen innere Werte?](#)

#### [Welche inneren Werte gibt es?](#)

#### [Wertefamilien](#)

#### [Innere Werte ermitteln](#)

#### [Werte im Team](#)

#### [Werte im Team ermitteln?](#)

#### [Werte von anderen Menschen](#)

#### [Werbung und Werte](#)

#### [Unternehmenswerte](#)

#### [Werte ermitteln - Schritt für Schritt](#)

Oben schrieb ich es gibt dabei kein „richtig“ oder „falsch“. Es gibt lediglich innere Werte, die für einen Menschen attraktiv sind (Appezenzwerte) und andere die unattraktiv oder gar abstoßend sind (Aversionswerte). Es handelt sich um eine sehr stabile Grundlage unserer Persönlichkeit, sie sind schwer veränderlich. Um Werte zu verändern braucht es viel bewusstes Üben oder eines besonderen Einschnittes im Leben.

**Beispiele** sind: Innovation, Liebe, Harmonie, Geborgenheit, Dominanz

- Wenn ein Mensch „Gewinnen“ als Wert hatte, könnte zum Beispiel durch eine schwere Krankheit ein Wertewandel hin zu „Gesundheit“ stattfinden. Das passiert dann meist unbewusst.
- Wenn ein Mensch „Anerkennung“ als Wert hatte und dann erkennt, dass er dadurch zu

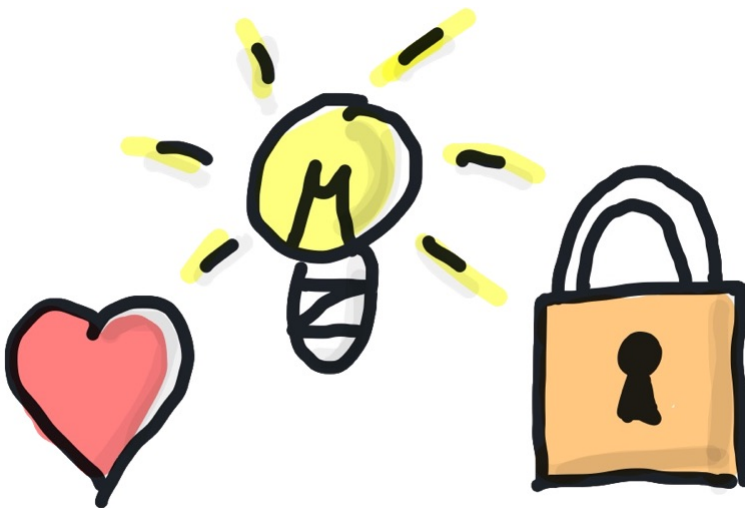
sehr fremdgesteuert ist, kann er über eine längere, bewusste Phase eine [Priorisierung](#) anderer Werte üben.

## Woher kommen innere Werte?

Die Werte eines jeden Individuums entstehen von der Geburt an. Unsere Umwelt lehrt uns was „gut“ und „richtig“ ist. Von Eltern, die nein zu Dingen sagen, bis hin zu Freunden, die uns lehren was gut ankommt. Der Prozess Werte zu verankern beginnt also sofort, wenn wir mit Menschen zu tun haben und hört nie auf. Früh erlernte Werte sind meist tiefer und fester verankert und schwerer veränderlich. Sobald ein Mensch seine „Landkarte“ etabliert hat, passiert meist eher weniger.

Ob unsere Eltern uns „Harmonie“ und „Gemeinschaft“ gelehrt haben oder ob uns die Schule „Bester sein“ oder „Siegen“ vermittelt oder vielleicht unsere Freunde „Neues“ abverlangen. Was wir mit unserer Persönlichkeit daraus machen, hängt vom Individuum ab. Manchmal nehmen wir die uns vorgelebten Werte an, manchmal ist es genau das, was wir ablehnen.

Für unsere Zukunft mag es auch sekundär sein, woher sie kommen. Oft ist dies auch ein schwer nachvollziehbarer Informationssektor. Vielmehr ist es interessant zu lernen, welches unsere Werte sind und wie wir sie ausleben können. Wenn uns das nicht gelingt, fühlen wir uns nicht wohl und das ist auf Dauer nicht hilfreich.



Innere Werte sind nicht verhandelbar

Werte sind unsere feste, innere Grundlage: unverhandelbar, nicht richtig oder falsch: Kennenlernen, akzeptieren und wohlwollend interpretieren.

## **Welche inneren Werte gibt es?**

Die Landkarte der inneren Werte ist so vielfältig, wie die Welt selbst. Spannend ist zu betrachten, bzw. ein Gefühl dafür zu entwickeln, welche verwandt sind. Damit kann jeder Wert ein Stück weit zugeordnet werden. Und es hilft insbesondere im [Kontext mit anderen](#)

Menschen Ähnlichkeiten und Unterschiede zu erkennen. Deswegen hat sich auch der Name „Limbische Veranlagung“ im Coaching Bereich etabliert.

Aus dem Wort „limbisch“ geht schon die Verbindung zu unserem Limbischen System, dem sogenannten Reptilien Gehirn hervor. Es sorgt für die Ausschüttung von u.a. Hormonen und funktioniert viel schneller als unser logisch veranlagtes Großhirn. Die Kette ist also:

1. Ich nehme etwas aus der Umwelt wahr
2. Es wird automatisch gegen unsere Matrix gehalten (bewertet)
3. Ein Gefühl entsteht – ein innerliches JA oder ein innerliches NEIN

Zurück zu Wertefamilien, können drei Grüppchen zusammengefasst werden. Vorsicht: das ist eine deutliche Vereinfachung und jede dieser Schubladen sollte etwas offen gelassen werden.

## Wertefamilien

- Balance (oft mit der Farbe blau assoziiert)
- Durchsetzung (oft mit der Farbe rot assoziiert)
- Inspiration (oft mit der Farbe gelb assoziiert)

### ***Tabelle: häufig genannte mit Werten im Überblick***

<b>Durchsetzung</b>	<b>Inspiration</b>	<b>Balance</b>
Status	Entwicklung	Vertrauen
Ruhm	Überraschung	Freundschaft
Autonomie	Spaß	Treue
Leistung	Individualismus	Sicherheit
Effizienz	Leichtigkeit	Gemeinsamkeit
Privilegien	Neugier	Fürsorge
Erfolg	Humor	Harmonie
Wettbewerb	Lernen	Gemeinschaft
Stolz	Forschung	Geborgenheit
Macht	Leidenschaft	Tradition
Sieg	Toleranz	Natürlichkeit
Ehrgeiz	Spontanität	Qualität
Gewinner sein	Abwechslung	Geselligkeit

Einfluss	Kreativität	Verbundenheit
Der Beste sein	Flexibilität	Nächstenliebe
Herausforderung	Freiheit	Frieden

Werte und Wertefamilien

[Werte-Familie Erfolg RotHerunterladen](#)

[Werte-Familie Inspiration GelbHerunterladen](#)

[Werte-Familie Sicherheit BlauHerunterladen](#)

Die Farbzuoordnung zu Wertefamilien ergibt sich aus der empirischen Erfahrung, dass Menschen mit einem Werte-Schwerpunkt in einer Familie, diese Farbe besonders attraktiv finden. Das kann auch in der Kommunikation angewandt werden: Wen möchte ich eigentlich ansprechen? Also nehme ich vorrangig gelb, blau oder rot.

**Auszug aus unserer Academy: Werte ermitteln:**

## **Innere Werte ermitteln**

Menschen, die sich mit diesem Thema noch nicht beschäftigt haben, können oft Ihre Werte nicht benennen. Ein einfacher Ansatz kann sein, sich aus der Werte-Tabelle oben 10 attraktive Werte herauszusuchen. Und im zweiten Schritt durch Streichen Stück für Stück auf 3 zu reduzieren. Der zweistufige Prozess hilft dabei erst einen Fokus auf eine engere Auswahl zu legen und dann erst aus einer übersichtlichen Menge wirklich auszuwählen.

**Die nächste, spannende Frage ist:**

Wie erfülle ich diese Werte gerade?

An welchen Stellen erlebe/lebe ich entgegen dieser Werte und kann ich das ändern?

## **Werte im Team**

Im Team bringt jeder seine eigenen Werte mit. Die sind gesetzt und nicht verhandelbar. Es geht vielmehr darum sie zu kennen, Teams passend auszuwählen bzw. bei Konflikten auch zu überprüfen, ob nicht ein Werte-Konflikt vorliegt. Auch wenn Werte sehr fest und unverhandelbar sind, ist ein solcher Konflikt kein Offenbarungseid. Es geht vielmehr darum

durch den Prozess des Kennenlernens zu gehen. Sobald die Werte der Einzelnen und der Werte-Konflikt auf dem Tisch liegt, ist schon viel gewonnen. Auf einmal ist der andere kein „Spinner“ mehr, sondern die Ursache ist klar und es kann daran gearbeitet werden, wie die Werte beider Mitglieder erfüllt werden.

Teams, bei denen die Mitglieder die gegenseitigen Werte kennen, können auf einer sehr tiefen Ebene miteinander kommunizieren und aufeinander eingehen. Es ist ein großer Vorteil, gleichzeitig auch eine sehr persönliche Information. Dazu ist eine vertrauensvolle Kultur aus meiner Sicht erforderlich.

## **Werte im Team ermitteln?**

Ähnlich wie bei der Vorgehensweise zum Ermitteln der eigenen Werte, kann hier ein etwar zweistündiger Termin Klarheit bringen. Ich bevorzuge ein „Werte-Buffer“ als Format.

- Dabei bekommt jeder einzelne die Aufgabe: „Welche Werte möchtest Du in unserem Team leben?“
- Aus einer Vorlage von ca. 100 Werte können dann (jeder für sich) 10 Werte ermittelt werden.
- Auch der Streichvorgang im Anschluss auf 3 Werte kann jeder für sich durchführen (idealerweise wissen die Teilnehmer davon erst, wenn sie 10 Werte ausgewählt haben)
- Als letzten Schritt trägt man die Werte der einzelnen Mitglieder offen zusammen und findet Ähnlichkeiten und Unterschiede

Wichtig als Erinnerung: es gibt kein richtig oder falsch. Typischerweise gibt es bestimmte Überlappungen in den Wertefamilien. Das ist hilfreich als gemeinsame Grundlage. Auch Unterschiede sind hilfreich und ergänzen das Team.

Als Beispiel stellen wir uns ein Team vor in dem nur Menschen sind, die Sicherheit, Geborgenheit, Harmonie, Gemeinschaft (also Wertefamilie „Balance/blau“) beinhaltet. Da wird Fortschritt und Innovation eher schwierig.

Genauso schwierig würde es in einem Team werden, wenn jeder nur auf Sieg und Dominanz (also Familie „Dominanz/rot“) aus ist. Vermutlich wäre das ein immerwährender Wettstreit und Konflikt.

Wenn ich aber weiß, dass ein Teilnehmer „Sicherheit“ als Wert hat und ein anderer „Innovation“, kann ein neues Projekt den sicherheitsbewussten stören. Die Kenntnis darüber kann zu einer veränderten Kommunikation führen: „Wir brauchen diese Innovation,

um unsere Marktposition zu **sichern.**“ Schon ist die Brücke geschlagen für Person Nr. 1.

### **Auszug aus unserer Academy: mit Werten arbeiten**

## **Werte von anderen Menschen**

Genauso ist es auch möglich ohne Workshop die Werte anderer Menschen kennenzulernen. Sie spiegeln sich in der Sprache und im [Verhalten](#) wider. Welche Worte benutzt mein Gegenüber - darin verstecken sich oft Wortstämme von Wertebezeichnungen. Wie handelt mein Gegenüber - das spiegelt auch oft eine Werte-Familie wider: sucht derjenige Harmonie, Risiko, eine Führungsrolle, ...

Hier hilft ein wenig die Antennen auszufahren und zuzuhören. Schnell wird man hier und da Indizien auf Werte wahrnehmen. Das kann auch beim Fernsehen und Radio hören oder dem Lesen beginnen. Jede Werbung in der Glotze spielt mit Werten (jedenfalls die erfolgreichen).

## **Werbung und Werte**

Versicherungen transportieren gerne „Sicherheit“ und sind häufig blau

Du bist nicht allein

R+V

Gemeinsam nach vorne blicken Zuhause - verbunden

*Allianz*

Jetzt kannst Du mal schauen, was in den folgenden Beispielen für Werte repräsentiert sind:

- Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso
- Quadratisch. Praktisch. Gut.
- Merci, dass es dich gibt
- Wohnst du noch oder lebst du schon?
- Nichts ist unmöglich ... Toyota
- Red Bull verleiht Flügel
- Sind sie zu stark, bist du zu schwach.

## **Unternehmenswerte**

Auch ein Unternehmen hat Werte. Meist bringen die Gründer oder Gestalter die Werte mit und sie pflanzen sich dann als Unternehmenswerte fort. Gestaltet man sie bewusst, fragt sich wofür wollen wir eigentlich stehen, können sie ein kraftvolles Instrument sein. Sie können die Kultur formen, die passenden Leute anziehen und treffende Kundenkommunikation erzeugen.

Sind Unternehmenswerte bewusst gestaltet, dann sind sie oft eines der wichtigsten Kriterien im Recruiting-Prozess. Neue Mitarbeiter, die nicht zu den Unternehmenswerten passen sind meist auch wirklich fehl am Platze. Und Werte können nicht durch Einarbeitung passend gemacht werden.

## **Weiterführende Artikel**





[Komfortzonenmodell](#)



[Multitasking](#)



[Diskussionsverzicht](#)

---

## Werte ermitteln - Schritt für Schritt

Benötigte Zeit: 7 Minuten.

Werte ermitteln alleine oder im Team

### 1. **Werte-Buffer**

Es steht eine Vielzahl von Werten zur Verfügung (z.B. oben zu findende Tabelle). Es werden die attraktivsten 10 Werte ausgesucht. Damit entsteht ein Fokus auf eine Vorauswahl.

### 2. **Werte auf wichtige reduzieren**

Aus den 10 gewählten Werten wird auf 5 verbleibende reduziert. Dieser Schritt ist hilfreich, da ein direktes Picken aus der Vielzahl oft den Überblick und die Reflektion reduziert.

### 3. **Finale Werte wählen**

Aus diesen 5 Werten wird weiter auf 3 verbleibende reduziert. Dieser Schritt erfolgt mit dem Gedanken: „die anderen Werte kann ich nicht leben“, was zu sorgfältiger Wahl führt.

### 4. **Optional im Team:**

Werte können im Team verglichen werden und eine Zuordnung zu den Wertefamilien (Balance, Durchsetzung, Inspiration) erfolgen. Ähnlichkeiten und Unterschiede erklären oft Dynamiken im Team.

Wie hilfreich war dieser Beitrag?

Klicke auf die Sterne um zu bewerten!

Bewertung Abschicken

Durchschnittliche Bewertung 5 / 5. Anzahl Bewertungen: 20

Bisher keine Bewertungen! Sei der Erste, der diesen Beitrag bewertet.

[Xing](#)

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)

[WhatsApp](#)

[Email](#)



[Print](#)