

Rezensentin
Evelyn Poms
 Geschäftsführerin
 People Management



www.hrm.at/profiles/evelyn-poms-1



Foto: Poms

Für Sie gelesen:

Sinnstifter

Wie Unternehmen davon profitieren,
 soziale Verantwortung zu übernehmen

Von Jürgen Schöntauf

Der Buchtitel „Sinnstifter“ von Jürgen Schöntauf passt sehr gut in den Zeitgeist und zum Thema des wertorientierten Handelns und Führens. Ein bekanntes Zitat von Viktor E. Frankl besagt: „Der Mensch erträgt fast jedes Wie, wenn er weiß, wofür.“

Der Untertitel „Wie Unternehmen davon profitieren, soziale Verantwortung zu übernehmen“ trifft aus meiner Sicht aber nicht ganz den Inhalt des Buches. Ich würde die ‚soziale Verantwortung‘ eher als (zwischen-)menschliche, ethische und empathische Verantwortung des Einzelnen beschreiben. Das individuelle Engagement basiert auf der persönlichen Einstellung und kann Unternehmens-, Führungs- und Kommunikationskulturen widerspiegeln.

Der erste Teil des Buches diskutiert unter dem Motto „Alles bleibt anders?“ aktuelle (Mega-)Trends. Schöntauf reißt anregend und plakativ unterschiedliche Themen an, wie zum Beispiel Zeitarbeit, Verpackungsmüll, Textilfabriken in Billiglohnländern, Gender Shift, Smart City wie auch die CO₂-Neutralität.

Im zweiten Teil („Ohne Werte ist alles nichts“) kann man sich selbst ‚an der Nase‘ nehmen und das eigene Leben durchgehen, angefangen von Kindheit und Familienstruktur bis zum Umgang mit Menschen im privaten und beruflichen Kontext. Schöntauf beschreibt

auch zahlreiche negative und positive Unternehmensbeispiele. Insgesamt bietet dieses Kapitel viel Inhalt für die persönliche Reflexion.

Im dritten Teil tauchen Begriffe wie Employer Branding oder CSR auf und der Autor lenkt den Blick auf die unternehmerische Sicht. Er zitiert Organisationen im Hinblick auf nachhaltige Wertevermittlung und Sinnstiftung. Was schafft Vertrauen? Wie gehe ich mit dem bestehenden Image um? Wie geht es Menschen in meinem Unternehmen? Wie kommunizieren meine Führungskräfte mit ihren Mitarbeitern?

Danach beschreibt er sieben „MindShift Steps“, zu denen er Interviews mit Unternehmen anführt. Die Themen sind brisant und aktuell:

1. Kultur und Werte in Kombination mit Moral und Ethik
2. Von der Führungskraft zum Sinnstifter
3. Vernetzung, Netzwerke und Kooperationen als inhaltliche Bereicherung für die Gesellschaft
4. Beziehungen zu Produkten und glückliche Mitarbeiter durch weiche Faktoren wie Vertrauen, Anerkennung und Wertschätzung
5. Leidenschaft fördern durch weniger Management und mehr wertorientierte Führung

LESEPROBE



Sinnstifter
Wie Unternehmen davon profitieren, soziale Verantwortung zu übernehmen
 Jürgen Schöntauf
 Campus Verlag
 262 Seiten
 EAN 9783593505756

6. Bildung und Wissensarbeit unter Berücksichtigung der stetigen Digitalisierung, dem Zugang der Generation X/Y und der Generation 50+
7. Gewinn statt ökologische und soziale Verantwortung, billigste Smartphones, Kinderarbeit, Recycling, Umgang mit Rohstoffen: Der Autor zeigt, dass letztendlich ALLES seinen Preis hat.

Insgesamt betrachte ich das Buch weniger als Fachliteratur, sondern vielmehr als Inspiration für das eigene Tun – im Unternehmen und privat. Nahezu jedes aktuelle Thema oder Schlagwort wird angesprochen und diskutiert.

Praktischer Nutzwert	★★★★☆
Lesbarkeit/Schreibstil	★★★★★
Verständlichkeit	★★★★★
Gliederung/Übersichtlichkeit	★★★★☆
Meine persönliche Empfehlung für Personalverantwortliche	★★★★☆

0 Sterne = sehr schlecht, 5 Sterne = sehr gut



Foto: Brandstetter

Rezensent

Franz Brandstetter

Unternehmensberater, Coach, Jurist,

Moderator der Gruppe Arbeitsrecht auf HRM.at


[www.hrm.at/profiles/
franz-brandstetter](http://www.hrm.at/profiles/franz-brandstetter)

[www.hrm.at/gruppen/
arbeitsrecht](http://www.hrm.at/gruppen/arbeitsrecht)

Ein Grund für dieses Buch liegt in meiner eigenen Werteorientierung. Ich bin aus einem tief verwurzelten Optimismus heraus der Überzeugung, dass wir zwar nicht in einer perfekten, aber in einer guten Welt leben und dass es für jeden von uns Möglichkeiten gibt, sie noch besser zu machen. Seit über 20 Jahren begleite ich als Kommunikationsdesigner und Berater Unternehmen und Konzerne aus den unterschiedlichsten Branchen. Dazu gehören viele B2B-Unternehmen, aber auch einige Non-Profit-Organisationen und kleine Handelsunternehmen. Obwohl ich in dieser Zeit in einigen Unternehmen enttäuschende Erfahrungen hinsichtlich Nachhaltigkeit, Unternehmenskultur und Werteorientierung machen musste, ist es eine meiner Überzeugungen, dass Unternehmertum im deutschsprachigen Raum besser ist als sein Ruf.

Unternehmertum ist in Deutschland aus vielen Gründen schlecht angesehen. Das hat eine lange Tradition. Das beginnt bei den Schul- und Kinderbüchern, in denen der Unternehmer häufig der Bösewicht ist oder zumindest als unangenehme, unsympathische Person beschrieben wird. So wie in Paul Maars „Eine Woche voller Samstage“: Dort ist es der Regenschirmfabrikant Herr Oberstein, der den lieben Herrn Taschenbier ständig ärgert und keinen einzigen positiven Charakterzug besitzt. Auch im Kabarett kommen Unternehmer in der Regel schlecht weg. Getreu der Devise „Ich habe die Arbeit, der Chef hat den Gewinn“ wird Kapitalismuskritik auf dem Rücken der Unternehmen geübt. Und das Handelsblatt stellte fest, dass in der Fernsehreihe Tatort am Ende immer der Unternehmer der Bösewicht ist.

Dauerbrenner Unternehmenswerte

Das Buch beleuchtet ebenso spannend wie gelungen den Dauerbrenner Unternehmenswerte. Es gibt den Lesern praktische Anleitungen an die Hand, wie sie die Werte ihres Unternehmens beschreiben und mit Leben füllen können (Werte – Leitsätze – Verhaltensregeln). Die Aussage „Ohne Werte ist alles nichts“ könnte schon bald Ihr Lieblingszitat sein.

Der umfassende letzte Teil des Buches widmet sich den sieben „MindShift-Steps“ Unternehmenswerte, Führung, Vernetzung, wertschätzende Beziehungen, Leidenschaft („Warum Wertschätzung Höchstleistung bringt“), Bildung („Unternehmen sind so intelligent, wie ihre Mitarbeiter sein dürfen“) und Gewinn. Dabei geht der Autor auch auf heikle Punkte ein, etwa auf den Umgang mit Fehlern („Wer nie Fehler macht, ... ist nicht an seine Grenzen gegangen. So kann nichts Neues passieren.“). Er beleuchtet Führungsprinzipien („Der Fisch stinkt vom Kopf her“) und bespricht ihre Umsetzung in Unternehmen.

In seinem 2016 im Campus Verlag erschienenen Buch „Sinnstifter“ zeigt Jürgen Schöntauf, wie es Unternehmen gelingt, tatsächlich Sinn zu stiften – sowohl für ihre Mitarbeiter als auch für Kunden und Gesellschaft. Er beschreibt dabei sieben „MindShift-Steps“, führt Unternehmensbeispiele aus und ergänzt diese mit umfassenden Interviews.

Interessante Blickwinkel

Das Buch eröffnet interessante Blickwinkel, etwa auf den Wert von Leiharbeitern, die in vielen Unternehmen eine wichtige Stütze sind, um Nachfrageschwankungen auszugleichen, und es bricht eine Lanze für faire

Konditionen, gerade für Leiharbeiter. Außerdem beleuchtet es neue Unternehmenskonzepte, wie die Wiener „Maß-Greißlerei“, deren prämiertes Konzept darauf ausgerichtet ist, verpackungsfrei und nach eigenen Mengenbedürfnissen einzukaufen.

Das Buch lohnt, gelesen und umgesetzt zu werden. Es passt in ein Wochenende oder einen Urlaub, ist kurzweilig, enthält einprägsame Beispiele und verleitet richtiggehend zur Umsetzung. „Das Entscheidende ist, den ersten Schritt zu machen.“

Praktischer Nutzwert	★ ★ ★ ★ ☆
Lesbarkeit/Schreibstil	★ ★ ★ ★ ★
Verständlichkeit	★ ★ ★ ★ ★
Gliederung/Übersichtlichkeit	★ ★ ☆ ☆ ☆
Meine persönliche Empfehlung für Personalverantwortliche	★ ★ ★ ★ ☆

0 Sterne = sehr schlecht, 5 Sterne = sehr gut