

Kurier
 13. Mai 2006

GASTKOMMENTAR

Karrierevorteil Ethik

PR-Beraterin Helga Tomaschik über ethisches Handeln als persönlichen Standortvorteil bei der Karriere

Die internationalen und nationalen Nachrichten aus der Wirtschaft vermitteln den Eindruck, dass ethisches Handeln definitiv einen Wettbewerbsnachteil bedeutet. Cleverness um jeden Preis, so scheint es, bringt Erfolg und stimmige Zahlen für die Bilanzen. Sieger sind diejenigen, die aus jeder Situation den maximalen Gewinn herausholen. Themen wie Ethik halten nur auf.

Zum Glück stimmt das so nicht und es gibt keinen Grund, den fixen Typen nachzueifern. Wenn Skandale – von Enron über AMIS bis jüngst zur Bawag – Schlagzeilen machen, ist die Seifenblase bereits geplatzt und die scheinbare Erfolgsgeschichte zu Ende.

Skandale zeigen das Gegenteil dessen, was vordergründig für wahr gehalten wird. Betrug funktioniert auf lange Sicht nicht und

Brüche zwischen einem publizierten Leitbild und unternehmerischem Handeln sind zumindest gefährlich. Sie führen spätestens dann ins Desaster, wenn es wirtschaftlich nicht so toll läuft.

Ein Misserfolg am Markt zieht immer einen Erklärungsbedarf nach sich. Wenn dann ruchbar wird, dass – leider, leider – die Geschäftstätigkeit ganz anders organisiert war als Mitarbeiter, Kunden, Aktionäre und andere Stakeholder glauben gemacht wurden, ist der Skandal perfekt. Der Preis ist ein Vertrauensverlust auf allen Ebenen.

WERTE Unternehmen brauchen ein festes Wertesystem, in dem gesellschaftlich anerkannte Prinzipien verankert sind. Das Wertesystem schafft ein Wir-Gefühl und ist gleichzeitig ein hervorragender Schutz gegen Malversatio-



BENEDIKT V. LOEBEL

nen jeglicher Art. Je breiter und intensiver ein Leitbild kommuniziert wird, umso besser.

Den Managern kommt bei der Vermittlung der Werte eine Schlüsselrolle zu. Sie sind in ihrem Unternehmen Role Models. Mitarbeiter orientieren sich am Verhalten ihrer Vorgesetzten. Headhunter sind unentwegt auf der Suche nach Führungskräften, die die Philosophie ihres derzeitigen Arbeitgebers auch leben. Unter diesem Aspekt ist ethisches Handeln definitiv ein persönlicher Standortvorteil.

Helga Tomaschik ist geschäftsführende Gesellschafterin der PR-Agentur Lang & Tomaschik Communications und betreut Kunden wie Raiffeisen, AWD und Novomatic.