

Thema: Wortwelt**Autor:** Michael Schmid**michael schmid****FORMAT-
Ressortleiter
Management
& Karriere**

Worte ohne Werte

Worte vermitteln Werte. Umso verständlicher ist daher, dass ausgerechnet Unternehmensleitbilder, die ja Kernwerte einer Organisation prägnant zusammenfassen sollen, so oft als bombastisches Wortgeklingel ohne Substanz daherkommen. „Weil sie meist der kleinste gemeinsame Nenner aller Bedenkensträger sind“, meint Sprachexperte und Berater Axel Ebert, der Unternehmen in Wording-Projekten zu mehr Verständlichkeit verhilft (siehe auch Story S. 86). Genauso gut wie mit dem kleinsten gemeinsamen Nenner kann man ein Leitbild natürlich auch nach dem Prinzip des größten gemeinsamen Vielfachen verhauen: Wenn alle ganz wichtigen Bereiche und vor allem deren Leiter ihre spezielle Bedeutung darin ausgedrückt sehen möchten, dann wird der Leitbild-Text garantiert unlesbar – eignet sich dafür aber umso besser für das beliebte Bullshit-Bingo. Ein großer Manager wie Josef Ackermann hält sich aber ohnehin nicht lange damit auf, Werte durch Worte auszudrücken. Ihm reichte dazu eine einzige Geste: das berühmte „V“ wie Victory. Kein Spracharist auf dieser Welt hätte Arroganz und Abgehobenheit verbal so prägnant vermitteln können.