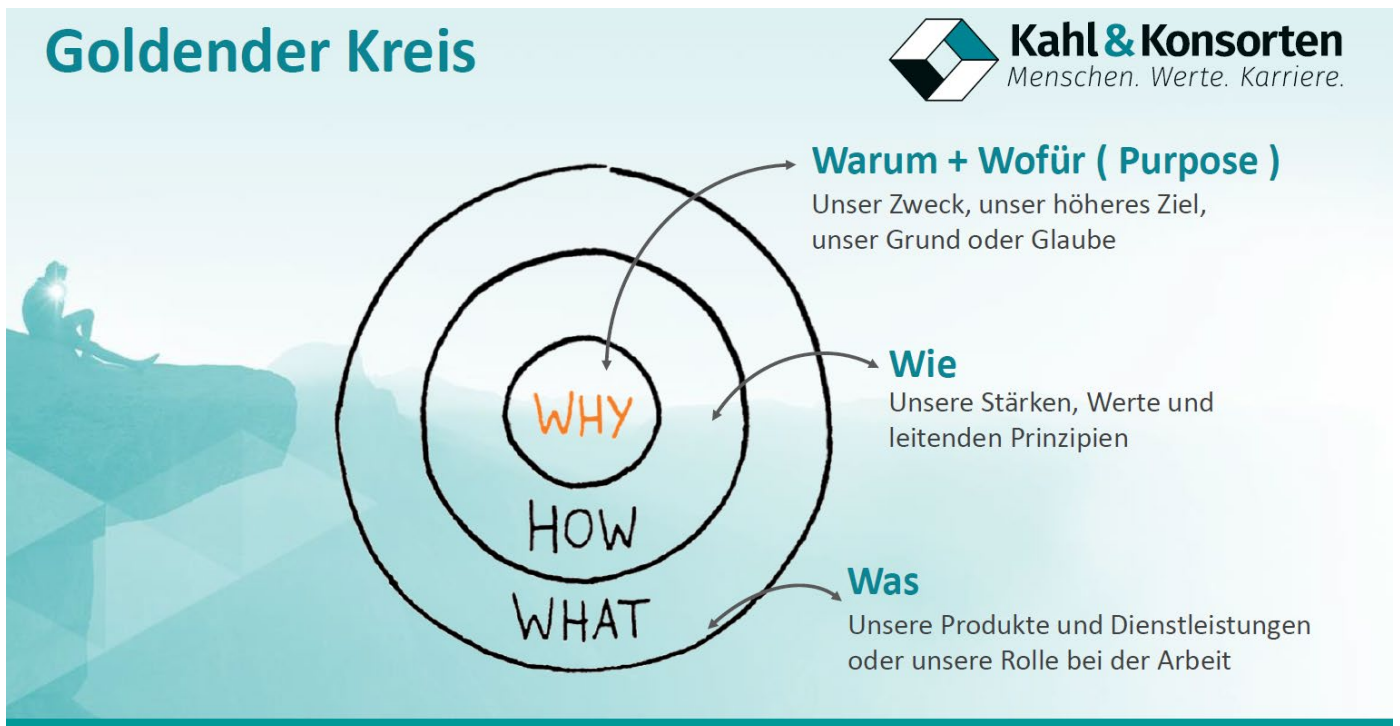


# Purpose: Warum Sie sich um Sinnstiftung kümmern sollten



Grafik Simon Sinnek

## Was ist ein Purpose?

Übersetzt bedeutet das Wort Purpose zunächst Vorhaben. Im Unternehmenskontext definiert der Purpose Sinn und Zweck des Unternehmens und verkörpert damit den Unternehmensgeist. Ursprünglichen auch mit Absicht, Vorhaben oder Ziel übersetzt, spiegelt der Purpose auch die Zukunftsfähigkeit und „Enkeltauglichkeit“ wider. Das WARUM ist die Triebfeder, die hinter den Überzeugungen steht. Es führt zu einem tiefen Verständnis dessen, was uns motiviert und inspiriert.

Die Mitarbeiter spiegeln diese Überzeugungen, indem sie sie leben. Deshalb ist es von entscheidender Bedeutung, dass der Purpose von oberster Führungsebene nicht nur initiiert, sondern vor allen auch gelebt wird. Ihn zu finden ist nur möglich, wenn sich die Organisation selbst auf den Weg macht. Es ist keine Aufgabe, die an eine Agentur delegiert werden kann, der Purpose muss aus dem Unternehmen heraus entwickelt werden.

Die Quellen von Purpose sind sehr unterschiedlich. Neben Status- und Nutzenorientierung (arbeiten, um zu leben) gibt es eine Beitrags-, eine Gemeinschafts- und eine Leidenschaftsorientierung (Quelle Artikel HBJ 2021).



Die **beitragsorientierten** Mitarbeiter ziehen ihren Sinn daraus, einen sinnvollen Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten. Etwas zu geben. In dieser Gruppe ist ein Zuwachs von jungen Menschen deutlich zu erkennen. „Was geben wir der Gesellschaft?“ ist eine Frage, die sie direkt zu ihrem Purpose bringt.

Die **gemeinschaftsorientierten** Mitarbeiter fühlen sich in der Gruppe der Kollegen wohl und blühen in diesem Umfeld auf. Wir sind alle soziale Wesen und das ist etwas, was oft unterschätzt wird.

Die **leidenschaftsorientierten** Mitarbeiter. Ein Musiker muss Musik machen, ein Maler muss malen, ein Ingenieur braucht und gibt technische Impulse. Menschen haben ein intrinsisches Verlangen nach Selbstentfaltung und dem Ausschöpfen ihrer Potenziale. Es geht darum, stärkenorientiert die Menschen zu entwickeln. So erfahren wir Sinn im Leben.

All dies ist intrinsisch motiviert und deshalb weitaus stärker in der Wirkung als Status- oder Nutzenorientierung. Purpose - orientierte Führung berücksichtigt diese Tatsache und ermöglicht ein Umfeld, welches Mitarbeitern erlaubt, für sich persönlich Sinn zu finden.

## Wofür brauchen Unternehmen einen Purpose?

### Der Purpose schlägt eine Brücke zwischen Mensch und Organisation.

Der Purpose **erhöht die Motivation der Mitarbeiter**. Der Unternehmens – Purpose macht klar, welche Werte wir haben und welche Treiber, warum wir etwas tun. Das schafft einen enormen Motivationsschub bei den Mitarbeitern. Entscheidungen werden plötzlich leicht., weil sie entlang der „Leitplanke“ Purpose getroffen werden.

Der Purpose ist für **Marketingzwecke hilfreich**. Einmal festgelegt bildet der Purpose die Grundlage für die Außendarstellung des Unternehmens, sowohl in der Bewerbung der Unternehmung selbst, als auch dessen Produkte.

Der Purpose ist ein großer **Vorteil im Kampf um die besten Talente**. In einem Markt mit Fachkräftemangel ist es besonders wichtig, Talente zu begeistern und zu halten. Sinn in der Arbeit zu sehen, ist ein unschätzbare Wettbewerbsvorteil der Menschen nicht nur zu einer Entscheidung für das Unternehmen bewegt, sondern auch dafür, zu bleiben. In Deutschland sind nach einer weltweiten Studie von imperative.com und LinkedIn 50 Prozent der Arbeitnehmenden Purpose (Sinn-) orientiert.

- Purpose zeigt uns, was wichtig ist und gibt unserem Handeln eine Richtung. Das schafft notwendige Klarheit im Alltag.
- Purpose bringt Menschen für eine Sache zusammen und verbindet sie auf emotionaler Ebene. Das stärkt Gemeinschaften.
- Purpose verdeutlicht unseren eigenen Beitrag und lässt uns erfüllter arbeiten.
- Purpose lässt uns über uns hinauswachsen und Herausforderungen ausdauernd meistern.

Die Purpose-Diskussion wird sich durch die Veränderungen der Arbeitswelt aufgrund von Covid 19 noch weiter verstärken. Toptalente werden sich noch mehr die Frage nach dem WARUM stellen.



## Wie entwickelt man einen Purpose?

„Warum existiert unser Unternehmen? Woran glauben wir?“ sind Fragen, die Unternehmen auf den Weg bringen, ihren Purpose zu finden. Nach intensiver Begleitung und Moderation weicht die meist vorhandene Skepsis bei den Mitarbeitern einem zunehmenden Interesse. Workshop-Teilnehmer sagen, sie haben Gedanken und Gespräche, welche sie in ihrem Berufsleben bisher nie oder viel zu selten geführt haben. Die bisherige Forschung zeigt, dass Sinn individuell und subjektiv ist. Das heißt, jeder Einzelne entscheidet aufgrund seiner Situation, Perspektive und Prägungen, ob die Arbeit sinnstiftend ist. „Ich zeige euch jetzt mal euren Sinn bei der Arbeit“ – eine solche Haltung wird von Führungskräften schnell eingenommen. Sie ist jedoch anmaßend und abschreckend, und dadurch geht viel Energie und Motivation verloren. Erfahrene Begleiter wissen um die Schwierigkeiten und helfen in diesem Prozess.

Führungskräfte müssen Menschen mögen und Interesse zeigen. Das ist die Voraussetzung, um einen Purpose zu entwickeln. Es gilt zu erkennen, dass jeder und jede ein Star in etwas sein kann, dass jeder und jede einen „Strike of Genius“ in sich trägt. Man muss ihn nur entdecken und für die gemeinsamen Unternehmensziele nutzbar machen.

„Sind wir auf dem richtigen Weg – unserem Weg?“ Die Beantwortung dieser Frage braucht Raum für Reflexion – Zeit, die im Alltagsgeschäft oft fehlt. Hier setzen Berater mit Workshops an und begleiten das Unternehmen bei der Entwicklung ihres Purpose.

## Was für Hürden gibt es dabei?

### Hürde Sinnhaftigkeit erkennen

„Zu abgehoben, kein realer Nutzen“ das sind vielfach die Argumente, mit denen der Widerstand der Führungskräfte für die Entwicklung eines Unternehmenspurpose begründet wird. Der Unternehmer muss den Sinn erkennen, damit er den Prozess in Gang bringt.

### Hürde Eintauchen

Vision, Leitbild, Purpose – die Auseinandersetzung mit der Unternehmenskultur ist nichts, was im Tagesgeschäft leichtfällt. Es gilt, zurück zu den Wurzeln zu gehen und die Identität des Anfangs einzufangen. Ein Prozess, der betriebswirtschaftlich orientierten Unternehmern meist nicht leichtfällt. Einzutauchen, sich darauf einzulassen aus dem Unterbewusstsein herauszufinden, wo der eigenen Purpose (Lebenszweck) liegt, das ist eine der größten Hürden.

Im Umfeld New Work ist dies jedoch nicht mehr wegzudenken. Die Frage darf also nicht mehr sein, OB man sich dem Prozess stellt, sondern vielmehr WIE das Eintauchen gestaltet werden kann.



**Kahl & Konsorten**  
*Menschen. Werte. Karriere.*

## Ist die Wirkung messbar?

Auch wenn die Messung eines Unternehmens – Purpose bisher wenig erfolgt, im Customer Insight Institute der Universität St. Gallen wurde eine quantitative Purpose – Messung vorgenommen. Das Ergebnis: Leistung und Motivation der Mitarbeiter waren signifikant erhöht, Stress und Fehlzeiten reduziert. (Quelle Artikel HBJ 2021)

## Wann wirkt ein Purpose?

„Erst Monate später und doch gleich von Anfang an.“ Von der Initialzündung an beginnt der Purpose in den Mitarbeitern zu arbeiten – also von Anfang an. Gleichzeitig wirken Purpose / Unternehmenswerte auf lange Sicht und zeigen erst dann ihre volle Wirkung.

Organisationen sollten die Zeichen der Zeit erkennen und jetzt eine Unternehmenskultur schaffen, in welcher nicht nur über externe Anreize aktiviert wird, sondern die Arbeit an sich als sinnstiftend empfunden wird.

## Workshop – gemeinsam den Purpose entwickeln

**Schritt 1:** „Unternehmervision und Unternehmenspurpose“ Workshop mit dem Inhaber / der Führungsspitze.

**Schritt 2:** „Purpose und Vision in der XX AG“ Workshop mit allen Mitarbeitern

**Schritt 3:** „Operationalisierung des Purpose im Unternehmen und nach Außen (Internet, soziale Medien)“ Begleitete interne Arbeitsgruppen.

**Schritt 4:** „Führungskräfte – Follow – up“.

Kontaktieren Sie uns gerne:

### **Kahl & Konsorten**

Lornsenstraße 126a

22869 Schenefeld

Tel: 040 - 210 912 98-0

Fax: 040 - 210 912 98-1

info@kahlundkonsorten.de