

Bragt i Erhvervsbladet den 23/3-2006

Værdier som vinduespynt

AF LARS LØCKE

Værdiledelse. Værdier og værdiledelse har fundet vej til næsten alle danske virksomheder. Men nede på virksomhedsgulvet spiller værdierne en begrænset rolle, for de er primært en sag for ledelsen. Konsekvensen for ledelsen er tab af respekt blandt medarbejderne. Mange danske virksomheder har i dag en række nedskrevne værdier, som sammen med årsregnskabet kan deles ud til interesserede gæster.

Men de vedtagne værdier spiller ikke den store rolle uden for direktionskontoret og ofte kan medarbejderne slet ikke huske de værdier, som engang blev lanceret under stor festivitas.

Det viser en undersøgelse, som konsulentfirmaet Teglkamp & Co. har gennemført blandt medarbejdere og ledere på private og offentlige virksomheder.

Undersøgelsen viser, at hukommelsen for så vidt angår virksomhedens værdier er langt skarpere hos ledelsen end hos de menige medarbejdere.

For mens to tredjedele af de spurgte ledere kan huske de vedtagne værdier, så gælder det kun for hver tredje medarbejder.

- De tal illustrerer med tydelighed, at der ikke følges op på de vedtagne værdier rundt om i virksomhederne, for værdierne bliver ikke implementeret og gjort til en del af virksomhedens hverdag, efter at de er blevet vedtaget, siger direktør Susanne Teglkamp fra Teglkamp & Co.

Ledelsen ejer værdierne

Når værdierne ikke bliver en del af virksomhedernes daglige liv, er der i følge Susanne Teglkamp heller ikke grund til at undre sig over et andet af undersøgelsens resultater, der tildeler ledelsen ejerskabet til værdierne, fordi det er ledelsen, der har formuleret dem. Eller over at omkring halvdelen af medarbejderne slet ikke mener, at virksomhedens værdier betyder noget for dem.

- Men hvis det skal give mening at bruge ressourcer på at formulere et værdisæt i virksomheden og på at præsentere den for virksomhedens organisation, så er det vigtigt, at de gøres til en del af det daglige arbejdsliv efterfølgende, siger hun.

For kun på den måde kan det undgås, at værdierne ikke bliver til andet end et støvet ringbind, der bliver taget ud af skabet og vist frem ved festlige lejligheder.

Nedsat gennemslagskraft

Susanne Teglkamp mener, at det er glædeligt, at lederne har fokus på værdier, men at undersøgelsens resultat er et signal om, at de skal gøre en stærk indsats for at gøre værdierne nærværende for den enkelte og leve dem ud i hverdagen, hvis værdier skal blive opfattet som andet end et modelune.

- Jeg kan huske et besøg i en virksomhed, hvor dens værdier var trykt på kaffekrusene, men ellers var værdierne glemt, og medarbejderne opfattede dem som et gammelt stunt, fortæller Susanne Teglkamp.

Den langsigtede virkning af sådant et cirkusnummer er mindre handlekraft hos ledelsen.

- Hvis virksomhedens værdier ender med blot at være et minde på kaffekrusene i kantinen, så betyder det, at medarbejdernes respekt for ledelsen bliver mindre, og derfor bliver det sværere for ledelsen at manøvrere for fremtiden, slutter hun.