

**WUB – Vortrag**  
**„Werte machen stark“ – Impulse zur Werte-Diskussion**  
**im Hinblick auf die Arbeit mit Jugendlichen**

**Dr. C. Ricca**

Sehr geehrte Frau Dr. Gerber,  
sehr geehrter Herr Dr. Freudenberg,  
sehr geehrter Dr. Kuntz,  
verehrte Damen und Herren,  
erlauben Sie mir, meinen Impulsvortrag mit einem Zitat zu  
beginnen:

Konfuzius sagt: „Wähle einen Beruf, den Du liebst, und Du  
brauchst nie in Deinem Leben zu arbeiten.“

Haben Sie auch diese Vorstellung, wenn Sie gemeinsam mit  
den Eltern sich für „einen gelingenden Berufsstart“ der  
anvertrauten Jugendlichen engagieren?

Ich habe auf der Homepage vom Weinheimer Unterstützerkreis  
Berufsstart nachgeschaut. Dort findet man zwar kein Leitbild,  
jedoch folgender Satz:

„Eltern sind für Jugendliche die wichtigste Orientierung“.

Die zweitwichtigste im beruflichen Bereich können Sie, Paten,  
Schulteams, Sprecherkreis, sein. Wenn Sie dies tun, stellen Sie  
sich einer großen Verantwortung. Orientierung bieten ist nicht  
einfach. Wer oder was kann Ihnen dabei helfen?

Zunächst die Antwort auf die Frage, woran Sie sich selbst  
orientieren. Der eigene Wertekompass ist das Instrument, das  
die Richtung zeigt, in der sich jede bzw. jeder bewegen kann -

und soll. Womit wir „in media res“, mitten im Thema, wären. Nun könnte ich Ihnen Wertetheorien und Ansätze der Werteforschung vorstellen. Zu gegebener Zeit werde ich auch darauf eingehen. Mit diesem Impulsvortrag beabsichtige ich aber vielmehr, einen im sokratischen Sinne mäeutischen Prozess anzuregen, welchen Sie gedanklich selbstständig weiter führen können. Gemeint ist, dass ich Ihnen zu Erkenntnissen verhelfen möchte, indem ich Sie durch geeignete Fragen dazu veranlasse, die betreffende Antwort selbst herauszufinden. Freilich geschieht dies in der Regel während eines Dialogs, den wir hier nur andeuten können. Wer will, so viel darf ich schon verraten, kann diesen Dialog mit mir in einem Workshop in September vertiefen.

Die erste Frage, die ich Ihnen hier stellen möchte, lautet: Welche drei Werte sind für Sie persönlich am Wichtigsten?

Sie haben 2 Minuten Zeit zur stillen Reflexion.

///

Konnten Sie diese Frage spontan beantworten? Oder mussten Sie überlegen?

Hintergrund meiner ersten Frage ist die Überzeugung dass, bevor wir Werte vermitteln wollen, wir selbst erst unserer eigenen Werte bewusst sein müssen. Jeder Mensch sollte wissen, wofür er steht, bevor er in Dialog mit einem Mitmenschen tritt. Dies ist die wichtigste Voraussetzung eines fruchtbaren Dialogs. Eine Binsenweisheit vielleicht, in der Umsetzung jedoch nicht immer selbstverständlich.

Die zweite Voraussetzung eines Dialogs in einer offenen Gesellschaft ist, dass wir die Menschen respektieren, die andere

Werte als unsere eigenen vertreten. Nicht tolerieren, sondern respektieren. Dieser Unterschied ist sehr wichtig: Es geht nicht darum, etwas zu dulden, zum Beispiel ein Verhalten, sondern darum, einen anderen Menschen mit wertschätzender Achtsamkeit zu begegnen, um seinen Standpunkt kennenzulernen.

Bei der Begegnung müssen wir uns bewusst bleiben, dass Werte sich zum Teil aus subjektiven menschlichen Wertungen ergeben. Denn wir bewerten alles, was wir erleben, vor dem Hintergrund unserer Biografie und unseres Erfahrungshorizonts. Das bedeutet, dass Werte wandlungsfähig und entwicklungsfähig sind, und dass sie sogar ihren Wert verlieren können. Menschen können „auf-werten“ aber auch „ab-werten“ Ganz schön kompliziert, nicht wahr?

Gehen wir nun der Frage nach, was Werte sind. Denken Sie kurz darüber nach und tauschen Sie sich zwei Minuten mit Ihrem Nachbar oder Ihrer Nachbarin aus.

//

Vermutlich haben Sie auch festgestellt, dass Werte keineswegs eine selbstverständliche Gültigkeit beanspruchen können. Sie müssen immer wieder begründet und in ihrem Wert erhellt werden. Zum Beispiel in Philosophien, Weltanschauungen oder in Religionen. Wir alle kennen Werte aus Politik, Religion, Wirtschaft. Lassen Sie uns gemeinsam kurz diese drei Teilbereiche unseres gesellschaftlichen Miteinanders im Hinblick auf ihre Wertesysteme betrachten.

Die Politik: Wenn es auch keine allgemeingültige Definition politischer Grundwerte gibt, sind Freiheit, Gleichheit und

„Brüderlichkeit“, heute oft mit „Solidarität“ gleichgesetzt, seit der Französischen Revolution die großen politischen Leitlinien der Moderne. Als Grundwerte wirken sie sinnstiftend und geben Orientierung. Ausgangspunkt politischen Denkens und Handelns in Deutschland bietet Artikel 1 unseres Grundgesetzes: „Die Würde des Menschen ist unantastbar“.

Die Religion: Religiöse Werte beeinflussen das Denken und Handeln von Milliarden Menschen. Weltweit fühlen sich acht von zehn Menschen einer Religionsgemeinschaft zugehörig. Religionen und ihre Werte sind eine entscheidende Orientierungsgröße im alltäglichen Leben. Auch hier kann man von Grundwerten sprechen. Aus (nicht nur) christlicher Sicht finden wir diese zum Beispiel in den Zehn Geboten.

Die Wirtschaft: Die Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände hat dazu ein passendes Positionspapier unter dem Titel „Wirtschaft mit Werten – für alle ein Gewinn“ veröffentlicht. Schwerpunkt ist das Handeln in einer globalisierten Welt. Darin heißt es

„Viele Unternehmen haben längst eine – geschriebene oder ungeschriebene – Wertekultur in ihrem Betrieb, die ihr ethisches Selbstverständnis prägt. Sie setzen dabei unterschiedliche Prioritäten und gehen unterschiedliche, individuelle Wege zum Ziel“.

Eine sehr offene Definition, die viel Spielraum bietet. Damit sie nicht nur Schall und Rauch bleibt, muss die gemeinsame Wertekultur auch im Unternehmen vorgelebt werden.

Schauen wir auf die Etymologie des Wortes „Wert“ sehen wir, dass es aus dem germanischen „werba“ kommt, was Preis oder

Kostbarkeit bedeutet. Entsprechend diesem Ursprung bezeichnen wir noch heute als ein „Wert“:

1) Den Preis von etwas, der in Geld ausgedrückt wird, das heißt, was gemessen und in Zahlen ausgedrückt wird

Oder

2) Etwas, das sehr wertvoll ist, das nützlich ist und eine hohe Qualität hat

Aber Achtung: Es gibt wohl einen Unterschied zwischen Preis und Wert. Der Preis wird von einer Fremdwertung bestimmt und ist abhängig vom Angebot-Nachfrage-Verhältnis (John Locke, Adam Smith, Karl Marx), oder vom subjektiv eingeschätzten Nutzen der am Tauschakt beteiligten Subjekte. Der Geldwert, auch Kaufkraft, gibt an, welche Gütermenge mit einem bestimmten Geldbetrag gekauft werden kann.

Obwohl Thomas Hobbes geschrieben hat: „Die Geltung oder der Wert eines Menschen ist wie der aller anderen Dinge sein Preis“ (Leviathan, 1651, Kap. 10) besteht zweifellos einen Unterschied zwischen messbarem „Humankapital“ oder „Arbeitskraft“ und Mensch. Denn: Wir wollen nicht wirklich den Menschen auf seinen „Marktwert“ reduzieren, oder?

In Gablers Wirtschaftslexikon steht:

„Wert (...) gleich Ausdruck der Wichtigkeit eines Gutes, die es für die Befriedigung der subjektiven Bedürfnisse besitzt, wie sich etwa in seinem Nutzen und in der betreffenden Präferenzordnung des Wirtschaftssubjektes widerspiegelt.“

Der Mensch stellt demnach eine Beziehung zwischen einem Gegenstand und einem Maßstab durch die Tätigkeit des Wertens her. Interessant ist, dass dies von Kindesbeinen an

geschieht, was zum Teil auch die Entwicklung der Wertevorstellungen erklärt. Von klein auf begegnen Menschen ihrer Umwelt nicht nur erkennend, sondern auch wertend. Sie sieht sich aber nicht nur als Einzelne, sondern gleichzeitig auch als Gruppen eine Vorstellung davon, was gut, wünschenswert und vorzüglich ist.

Der bekannte amerikanisch-israelische Sozialpsychologe Shalom Schwartz, definiert Werte als „transsituationale Ziele mit variierender Wichtigkeit, die als Richtlinie im Leben einer Person oder einer Gruppe dienen.“

Richtlinien, wissen wir, geben Orientierung. Aber mit welchem Ziel?

Die antike Ethik (Sokrates, Plato, Aristoteles) drückte es so aus, dass jemand im Wollen und Tun ein Gut(es) erstrebe. Hier gilt es, zwischen „gut“ und „einem Gut“ zu unterscheiden. Aristoteles „eudaimonia“ beinhaltet die Frage nach dem „guten“, d.h. glücklichen, gelingenden Leben, ohne Präskriptionen zu machen. Jeder Mensch setzt eigene Maßstäbe. Im sozialen Verbund, also in der Gesellschaft, erhalten sich diese Maßstäbe durch Weitergabe und Lehre. Hier spielen Eltern, Familie, Lehrer die Hauptrolle. Immer unter Beachtung der Tatsache – und da sind die modernen Philosophen (Neukantianer, Phänomenologen, und neue Metaphysiker) richtungsweisend -, dass:

„Die Dinge, Vorgänge, Verhältnisse, Personen und ihre Handlungen, auch ihre Gesinnungen, haben nicht von selbst und an sich Wert, sind nicht an sich Gut oder Übel, sondern

erst, wenn sie zu uns in Beziehung treten, gewinnen sie dadurch, dass wir sie beurteilen, einen Wert.“

Der Wertediskurs macht uns auf die zwei folgenden zentralen Aspekte aufmerksam:

- (1.) Die Funktion der Werte: Werte sind ein „innerer Kompass“, nach dem sich das menschliche Verhalten orientiert. Dabei unterstützen uns Wertmaßstäbe auch bei der Beurteilung von Handlungsergebnissen.
- (2.) Die Vielfalt der Werte: Es kann sehr unterschiedliche, ja konkurrierende Werte geben (Wertpluralismus) und Menschen können Werte unterschiedlich stark gewichten (Wertehierarchie, Wertekombination).

Gibt es nun einen Unterschied zwischen idealen und herrschenden Werten? In der modernen Gesellschaft scheint der herrschende Wert, ich hoffe nicht der ideale, das Geld zu sein. Gleichzeitig existieren ideale Werte, die mit Glauben verbunden sind. Dort kann es zu Konflikten kommen und zu einem „Wertezerfall“, d.h. ein sinkender Respekt. So die Glaubwürdigkeit der Politik und der Medien in postfaktischen Zeiten (siehe Brexit und Trump-Wahl).

Wir verlassen die Frage nach den Wertekonflikten und stellen uns die Frage nach den gemeinsamen Werten und wie sie entstehen.

Menschen bilden nicht nur individuelle Wertorientierungen durch Reflexion und Sozialisation, die sich wiederum in Werthaltungen ausdrücken. Mittels Kommunikation und Interaktion über das, was sie für wertvoll und vorzuzugswürdig erachten, verständigen sie sich auf gemeinsam geteilte

Wertvorstellungen. Diese werden an Zeichensysteme (Sprache, Symbole, Rituale, Gesten) gekoppelt, um sie den einzelnen Mitgliedern einer Gemeinschaft zugänglich zu machen. Die Sprache ist dabei das zentrale Medium, um die soziokulturellen Wertüberzeugungen an die nächste Generation durch Wertekommunikation tradieren zu können.

Der Wert des Geldes ist allgemein anerkannt. Unser Handeln unterliegt aber auch moralischen Wertvorstellungen. Diese werden von einer Gesellschaft als verbindlich akzeptiert und regulieren das zwischenmenschliche Verhalten.

Zum Schluss stellt sich die Frage nach den institutionalisierten Werten.

Die kollektiven Wertüberzeugungen unterliegen der Institutionalisierung, um sie zu kräftigen und somit der individuellen Beliebigkeit zu entziehen. So finden sie „ihren Niederschlag in sozialen Normen, gesellschaftlichen Rollen und Funktionen, in verfestigten Lebenskulturen und sozialen Gebilden, Gesetzen und Organen“.

Im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland sind die wesentlichen System- und Werteentscheidungen festgelegt. So Artikel 3.3:

„Niemand darf wegen seines Geschlechtes, seiner Abstammung, seiner Rasse, seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen oder politischen Anschauungen benachteiligt oder bevorzugt werden. Niemand darf wegen seiner Behinderung benachteiligt werden.“

Dies betrifft auch den Umgang mit den Werten, die Teil dieser Anschauungen sind.



Im Leitbild einer Organisation oder eines Unternehmens befindet sich die schriftliche Erklärung einer Organisation bzw. eines Unternehmens über ihr Selbstverständnis und ihre Grundprinzipien. Im Einklang mit dem Grundgesetz heißt es im Leitbild der Volkshochschule Badische Bergstraße:

„Wir verpflichten uns auf

    parteipolitische und weltanschauliche Neutralität

    gesellschaftliche Verantwortung

    Förderung der Chancengleichheit“

Ich bin darauf gespannt, was im Leitbild des Weinheimer Unterstützerkreises Berufsstart stehen wird.

Das Wissen um die eigenen Werte hilft bei der Orientierung und Findung der persönlichen Ziele sowie dabei, die richtigen Verbündeten zu finden, welche gleiche oder ähnliche Wertvorstellungen besitzen.

Lassen Sie uns kurz zusammenfassen: Wir erwerben nicht nur eine Vorstellung des Wertvollen, wir entwickeln diese auch weiter, wir versuchen das subjektiv Wertvolle zu verallgemeinern (Grundwerte); und wir wollen „diese“ Werte an die Nachkommen weitergeben.

Meine letzte Frage an Sie lautet – und diese ist für Fortgeschrittene: Welche Vorstellungen haben Sie von Ihren Werten? Wie definieren Sie sie?

Sie erinnern sich an unsere erste Übung mit den drei Werten zu Beginn dieses Vortrages. Könnten Sie bitte jetzt den ersten

davon kurz Ihrem Nachbar erläutern? Sie haben 3 Minuten dazu.

///

Ich danke Ihnen. Das Gespräch kann bestimmt beim Abendessen weitergeführt werden.

Zum Schluss möchte ich Ihnen etwas Persönliches verraten. Als ich die Leitung der Volkshochschule Badische Bergstraße übernahm tat ich es unter dem Motto:

„Tradition ist nicht die Anbetung der Asche, sondern die Weitergabe des Feuers.“

Dass ich Tradition für einen Wert erachte ist selbstverständlich. Die Frage lautet, wie ich sie definiere und welche Konsequenzen ich daraus für mein Handeln ziehe. Im Bewusstsein des Erbes, das ich vor 8 Jahren angetreten habe, wollte ich mit dem gleichen offenen und mutigen Blick ein Weiterbildungsangebot erhalten und weiter ausbauen, das den Bedürfnissen der Gesellschaft heute Rechnung trägt. So ist die vhs heute mit 129 Kursen und Prüfungen der größte Anbieter in Weinheim für Kurse im Bereich Deutsch als Fremdsprache, wir haben die Stadtverwaltungen in Weinheim und in Hemsbach in interkulturelle Kompetenzen geschult, wir arbeiten mit der Landeszentrale für politische Bildung zusammen, um Ehrenamtliche zu qualifizieren u.v.m. Das heißt. Für mich bedeutet Tradition als Weitergabe des Feuers, dass man: Feuer weiter entfachen muss und nicht warten, dass es erlischt und zur Asche wird.

So kann ich diesen Wert leben und vorleben. Und er macht mich stark!

Ich danke Ihnen!