

*Was
bedeutet
Wert?*

DER WERT DER WERTE

Einen Wert haben Dinge, die uns wichtig sind. Manche davon sind mit Geld gar nicht aufzuwiegen.



Wirklich wertvolle Dinge erkennt man daran, dass man sie um keinen Preis verlieren will. Ein antikes Erbstück, eine seltene Briefmarke, ein persönlicher Erinnerungsgegenstand: Auf solche Dinge passen wir auf, wir behandeln sie sorgsam, legen sie womöglich gar in den Tresor. Aber was ist „Wert“ eigentlich? Und warum erscheinen uns manche Dinge wertvoll, andere hingegen nicht? Unter Wert verstehen wir zum einen die Wichtigkeit, die wir einer Sache zuschreiben, etwa ihren praktischen Nutzen. Zum anderen meinen wir damit den Preis, den wir dafür zu bezahlen bereit sind. Wert und Preis müssen nicht zusammenfallen. Schon der Ökonom Adam Smith unterschied zwischen dem „Gebrauchswert“ einer Sache und ihrem „Tauschwert“. Wasser zum Beispiel hat meist einen geringen Preis, obwohl es einen hohen Gebrauchswert für uns besitzt, schließlich hängt unser Überleben davon ab. Umgekehrt erzielen Diamanten astronomische Preise, obwohl ihr Gebrauchswert gegen Null tendiert.

Werte haben jedoch nicht nur eine ökonomische Dimension. Sie spielen auch eine wichtige Rolle in unserem Leben. In ihnen kommt zum Ausdruck, was wir schätzen, was wir gut, schön und begehrenswert finden. Für die einen ist das ein teures Auto, für andere ein gutes Buch oder eine Reise. Wert schreiben wir dabei nicht nur materiellen, sondern auch immateriellen Dingen wie Liebe und Freundschaft, Bildung oder Kultur zu. Manche Werte haben offenbar gar keinen Preis. Im Gegenteil, manche Dinge würden sogar an Wert verlieren, wenn wir dafür bezahlen würden. Denken wir etwa an eine Freundschaft. Bestimmte Güter werden entwertet, wenn wir sie zu Waren machen. Was wäre eine Freundschaft wert, die wir im Internet kaufen könnten? Gute Freunde sind eben mit Geld nicht aufzuwiegen. Offenbar gibt es Dinge, die noch wertvoller sind als das wertvollste Diamantencollier. Nämlich Dinge, die unbezahlbar sind.

Wert ist keine natürliche Eigenschaft wie etwa Größe oder Gewicht. Es gibt keinen Gegenstand, der das Etikett „wertvoll“ oder „wertlos“ trägt. Ein kostbares Schmuckstück oder ein Kunstwerk kann man betrachten, solange man will – der Wert wird dabei nicht zum Vorschein kommen. Wie wichtig uns etwas ist, steht immer in einer Beziehung zu unseren subjektiven Interessen und Wünschen. Wertvoll ist demnach das, was wir wertschätzen – und nicht umgekehrt. Und was dem einen wertvoll erscheint, bedeutet einem anderen womöglich gar nichts. Das heißt aber nicht, dass der Wert von Dingen ausschließlich im Auge des Betrachters liegt. Was uns wichtig ist und was nicht, hängt auch von objektiven Eigenschaften ab. Der Wert kann dabei intrinsisch sein, also in der Sache selbst liegen wie etwa bei einem Schmuckstück, das einfach nur schön ist. Oft ist es aber der praktische Nutzen, der den Wert bestimmt. Viele Dinge sind uns deshalb wichtig, weil sie einen bestimmten Zweck erfüllen. So liegt etwa der Wert eines Schraubenziehers nicht in ihm selbst, sondern darin, dass man mit ihm Schrauben hinein- oder herausdrehen kann. Daraus können wir etwas lernen für die Arbeit im Unternehmen. Ein Produkt besitzt keinen echten Wert, wenn es keinen Nutzen für den Kunden hat, der es kauft. Die subjektive und die objektive Komponente spielen dabei zusammen. Ein Kunde schätzt ein Produkt nicht einfach so, sondern weil es bestimmte objektive Eigenschaften hat, die seinen subjektiven Bedürfnissen entsprechen. Zunächst einmal muss ein Produkt seine Funktion möglichst gut erfüllen.

WERTVOLL IST,
WAS WIR
wertschätzen

EIN PRODUKT MUSS EINEN *Nutzen* BRINGEN

Ein Schraubenzieher kann noch so kunstvoll gefertigt sein: Wenn er bei seiner eigentlichen Aufgabe versagt, dann ist er eben nichts wert. Wie hoch die Qualität eines Schraubenziehers sein muss, hängt allerdings von den Erwartungen des Kunden ab. Ein Profi wird höhere Ansprüche stellen als ein Hobbybastler. Unter Qualität verstehen wir darüber hinaus meist auch Langlebigkeit. Was schnell kaputtgeht, das taugt eben nichts. Ein hochwertiges Produkt zeichnet sich dadurch aus, dass es auch morgen noch funktioniert. Um solche Produkte herzustellen, braucht es Kundenorientierung, Kompetenz und Willen zur Perfektion. Hochwertige Produkte setzen also wiederum Werte voraus. Nur wenn die Arbeit selbst etwas wert ist, kann echte Wert-Schöpfung gelingen. Gute Arbeit brauchen wir nicht nur, um Kundenbedürfnisse zu befriedigen. Sie hilft uns auch, uns selbst zu verwirklichen, indem sie unsere Fähigkeiten zur Geltung bringt; insofern trägt sie auch zu einem gelingenden Leben bei. Der Wert guter Arbeit lässt sich daher nicht nur in Geld ausdrücken. Man macht sie nicht nur, weil man dafür bezahlt wird, sondern auch um ihrer selbst willen. In qualitativ hochwertigen Produkten stecken also auch die Werte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und damit die Werte, die das Unternehmen fördert und hochhält, und zwar nicht nur aus wirtschaftlichem Interesse, sondern weil sie ihm eben wichtig sind. Etwa, weil aus ihnen eine Tradition spricht, die für die Identität des Unternehmens steht. Und weil es diese Werte sind, die das Unternehmen unverwechselbar machen.

WERTE

Wert ist ein tiefer, vieldimensionaler Begriff. Was er bedeutet, erkennt man erst in seinen Zusammenhängen mit anderen Begriffen. Wir bringen etwas Licht ins Wertgewirr. Wert bedeutet ...

Geld

Wert hat seinen Preis. Es ist aufwendig, etwas Wertvolles zu schaffen. Dieser Aufwand will entgolten sein. Wert muss sich nicht dafür schämen, teuer zu sein. Er ist sein Geld wert.

Ehrlichkeit

Wert kann man nicht vorspielen. Entweder ein Ding ist etwas wert – oder eben nicht. Wert schaffen ist keine Sache für Blender.

Schönheit

Wert spricht auch unseren Sinn für Ästhetik an. In Dingen mit Wert harmonieren Form und Funktion – ein wesentliches Kennzeichen von Schönheit.

Verlässlichkeit

Wert zeigt sich, wenn man nicht dauernd an ihn denken muss. Wenn man sich nicht immer wieder fragen muss: Hält es noch? „Set it and forget it.“ Man kann es auch zwischendurch vergessen, weil man sich völlig darauf verlassen kann.

Erkenntnis

„Die Dinge haben den Wert, den wir ihnen geben“, sagt ein Sprichwort. Das bedeutet: Wert ist nur ein Wert, wenn er erkannt wird.

Sinn

Was wirklich Wert hat, erfüllt nicht nur irgendeine Funktion. Es erfüllt eine Funktion mit besonderer Bedeutung. Es stiftet Sinn.

Beständigkeit

Wirklich wertvoll ist nur, was bleibt. Was nicht auf Haltbarkeit zielt, sondern gar auf Vergänglichkeit angelegt ist, verliert an Wert.

Begeisterung

Wert spricht nicht nur den Verstand an, sondern auch Herz und Bauch. Er erzeugt ein Wow-Gefühl.

Vision

Wert weist über sich hinaus. Wer Wert schafft, gestaltet die Welt mit. Er braucht mehr als einen Plan, er braucht eine Vision.

Nützlichkeit

Was nichts taugt, ist nichts wert. Punkt. Zweckfreien Wert gibt es nicht.

Einfachheit

Sind zwei Lösungen funktional gleichwertig, dann ist die einfache die wertvollere. Keine überflüssigen Komplikationen. Einfachheit bedeutet: weniger Aufwand, weniger Reibung, weniger Fehlerquellen.

Geschichte

Dinge mit Wert entstehen nicht aus dem Nichts. Sie brauchen Zeit, um zu wachsen. Sie brauchen Tradition. Sie müssen ausgetüftelt und erprobt werden.



DIE WERTVOLLSTEN DINGE DER WELT

Die Mona Lisa

Gemalt Anfang des 16. Jahrhunderts von Leonardo da Vinci ist die „Mona Lisa“ eines der berühmtesten Gemälde der Welt. Zwei Anschläge und ein Diebstahl haben das Bild, um das sich viele mystische Geschichten ranken, nur noch faszinierender gemacht. Sein monetärer Wert kann nur geschätzt werden. Einige Experten vermuten Beträge von bis zu einer Billion US-Dollar.



Der Tempelberg in Jerusalem

Juden, Muslime, Christen – alle beanspruchen den Berg für sich, da er für jede der großen Weltreligionen von hoher Bedeutung ist. Er ist Schauplatz verschiedener religiöser Überlieferungen, aus denen die jeweiligen heutigen Vertreter ihr Anrecht auf den Berg geltend machen. Was alle eint, ist die Überzeugung, dass der Ort heilig und somit unglaublich wertvoll ist. Nur die Begründungen unterscheiden sich.

Die blaue Mauritius

Der Wert oft durch die Zuschreibung von Bedeutung entsteht, verdeutlicht diese seltene Briefmarke mit einem Postwert von zwei Pence: Nur 500 Exemplare wurden von der ersten Marke der britischen Kolonie Mauritius ge-

3



druckt, weltweit existieren heute noch zwölf Stück. Auf dem sogenannten Bordeaux-Brief klebt neben der blauen auch die rote Mauritius mit dem Postwert von einem Penny. Letzter Verkaufspreis: 5,1 Millionen Euro.

Es gibt viele Arten von Wert: materiellen, ideellen, ethischen, ökonomischen, funktionalen. Und so kann es nicht das wertvollste Ding schlechthin geben – es gibt mehrere. Eine Auswahl zeigen wir hier:



Ein Menschenleben

Unsere Organe, chemischen Bestandteile oder unsere Arbeitskraft – was ein Mensch in den verschiedensten Hinsichten wert ist, lässt sich errechnen. Und doch wird man den Wert eines Menschenlebens nie in Zahlen ausdrücken können. Wie Immanuel Kant sagte: „Dinge haben einen Preis – der Mensch aber hat Würde“.

Die Marke Apple

Die Geschichte von Apple ist der Inbegriff des amerikanischen Traums: Von der Garagenfirma zum wertvollsten Unternehmen der Welt mit einem Börsenwert von 700 Milliarden US-Dollar im Jahr 2014. Mitgründer Steve Jobs (1955–2011) wird heute wie ein Guru verehrt, er gilt als Genie, dem es perfekt gelang, mit seinen durchdesignten Produkten einen ganz eigenen Lifestyle zu verkaufen.

Wasser

Menschen, Tiere und Pflanzen können auf vieles verzichten, doch niemals auf Wasser. Das nasse Element macht Leben überhaupt erst möglich. Doch sauberes Wasser wird in bestimmten Gebieten zunehmend zur knap-

pen Ressource – und somit zum umkämpften Gut. Wir benutzen es oft sorglos und sind uns seines hohen Wertes nicht bewusst. Meere, Seen und Flüsse schenken uns außerdem oft Ruhe und neue Energie.

Selfiestick

JEMANDEN UM EIN FOTO BITTEN

Fast Food

SELBST KOCHEN

Blog

TAGEBUCH

E-Mail

BRIEF

Dating-App

TANZKURS

WAS
IST IHNEN
mehr
WERT?

Die Verlässlichkeit des Bewährten oder der Zauber des Neuen? Tradition oder Innovation? Beides hat seinen Reiz. Immer wieder müssen wir uns entscheiden, was uns mehr wert ist.

E-Book

BUCH

Smartphone

FESTNETZ

Onlineshopping

EINKAUFSZENTRUM

Südsee

URLAUB AUF DEM BAUERNHOF