

Pandemie führt zu gesteigertem Wertebewusstsein in der Weiterbildungsbranche

Wie entwickeln sich persönliche Werte in Krisenzeiten? Bleiben sie konstant, weil für uns weiterhin klar ist, was wir richtig und wichtig finden? Oder gewinnt manches für uns mehr an Bedeutung, während anderes eher in den Hintergrund rückt? Um dieser Frage auf den Grund zu gehen, hat die 9 Levels Deutschland GmbH gemeinsam mit 9-Levels-Ausbilder Christian Albat eine Umfrage unter über hundert TrainerInnen, BeraterInnen und Coaches durchgeführt. Das Ergebnis lässt vermuten, dass vor allem das persönliche Wertebewusstsein zugenommen hat – und wertebasierte Personal- und Organisationsentwicklung zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Seit Anfang des Jahres 2020 befinden wir uns in einer globalen Krise, die durch Covid-19 ausgelöst wurde. Der Alltag vieler wurde in seinen Grundfesten erschüttert und seitdem ist unser Leben geprägt von immer neuen Rahmenbedingungen und Veränderungen. Sowohl persönlich als auch beruflich brachen ganze Bereiche weg; aber es entstanden auch neue. Was bedeutet das ganz persönlich für die Welt der BeraterInnen, TrainerInnen und Coaches?

Dazu hat die 9 Levels Deutschland GmbH gemeinsam mit 9-Levels-Ausbilder Christian Albat eine Umfrage durchgeführt. Die Stichprobe umfasst 113 Teilnehmende aus vorrangig Deutschland, Österreich und der Schweiz, mit beinahe gleichen Anteilen an Frauen und Männern. Eine Mehrheit von über 60% ist selbstständig und über 80% sind in den Bereichen Training, Beratung und Coaching tätig.

„Grundlage der Umfrage war das Analysetool »9 Levels of Value Systems®«, das wir zusätzlich um einige demographische Fragen ergänzt haben. Mit diesem wissenschaftlich fundierten Tool können die Wertesysteme von Einzelpersonen, Teams und ganzen Organisationen sichtbar gemacht werden“, erläutert 9 Levels-Geschäftsführerin Sonja Wittig. „Der Ansatz der 9 Levels basiert auf den Forschungsarbeiten von Professor Clare W. Graves und hat seinen Ursprung in den 1950er Jahren. Nach dessen Tod wurde es von seinen ehemaligen Schülern Don Beck und Christopher Cowan weiterentwickelt – seit 1996

bekannt unter »Spiral Dynamics«. Rainer Krumm, Gründer der 9 Levels, setzte die Theorie von Graves in ein pragmatisches und praxistaugliches Analysemodell um“, erklärt sie weiter.

Nach dem komplexen Modell von Graves durchlaufen Personen, Gruppen und Organisationen immer gleiche und aufeinander aufbauende

Entwicklungsstufen, die jeweils durch spezifische Werthaltungen geprägt sind. Die 9 Levels als Analysetool machen diese Wertesysteme, in denen Denkweisen, Glaubenssätze, innere Befindlichkeiten und Organisationsprinzipien zum Ausdruck kommen, messbar.

Da in den letzten Jahren über 600 TrainerInnen, BeraterInnen und Coaches für den Einsatz der 9 Levels zertifiziert wurden und im Rahmen dieser Ausbildung jeweils ein individuelles Werteprofil erstellt wird, ist gut bekannt, welche Werte dieser Personengruppe besonders wichtig sind. „Durch unsere Daten wissen wir, dass der typische Trainer, die typische Beraterin und Coach meist bei GRÜN und/oder GELB die höchste Ausprägung hat“, so Sonja Wittig. „Kooperation, Gemeinschaft und Harmonie sind wichtig, ebenso wie persönliche Entwicklung, Eigenverantwortung und Individualität. Die dritthöchste Ausprägung ist meist ORANGE und/oder TÜRKIS mit Werten wie Leistung, Karriereorientierung und Wertschöpfung bzw. Nachhaltigkeit und Ganzheitlichkeit.“ (vgl. Brand 2020). Dieses typische Werteprofil der Berufsgruppe wurde durch die aktuelle Studie bestätigt, wie das Ergebnisbild im Durchschnitt zeigt.

„Uns interessierte nun, ob der starke Umbruch, den die Trainings-, Beratungs- und Coachingbranche derzeit pandemiebedingt erlebt, Auswirkungen auf die persönlichen Wertesysteme von BeraterInnen, TrainerInnen und Coaches hat“, erläutert Christian Albat. Als erfahrener Berater und Trainer erlebt er tagtäglich selbst, dass vieles nicht mehr so ist wie vor der Pandemie und sich die Transformation noch weiter fortsetzt. Darum initiierte er die Umfrage mit den 9 Levels. Da das Modell Werte als dynamisches Konstrukt versteht, liegt die Vermutung nahe, dass es aufgrund veränderter äußerer Rahmenbedingungen auch innere Werteveränderungen geben könnte. Hat Covid-19 dazu beigetragen, dass TrainerInnen, BeraterInnen und Coaches inzwischen andere Dinge wichtig und im wahrsten Sinne des Wortes „wert-voll“ finden, als es noch vor der Pandemie der Fall war?

1. BEIGE | Fundamentalste Stufe des Lebens und Bewusstseins. Fokus sind Grundbedürfnisse wie Nahrung, Wasser, Wärme, Fortpflanzung.

2. PURPUR | Der Mensch im 2. Level sieht sich als Mitglied einer Gemeinschaft mit Häuptling/Führer. Zentrale Werte: Tradition, Rituale, Gehorsam, Zugehörigkeit.

3. ROT | Der Mensch als Eroberer und Herrscher. Kennzeichnende Werte sind Macht, Stärke, Durchsetzungsvermögen, das Gewinnen um jeden Preis.

4. BLAU | Wer hier ist, sieht sich als Teil eines Ordnungssystems mit klaren Regeln und Zuständigkeiten. Die Werte: Disziplin, Qualität, Loyalität, Sicherheit.

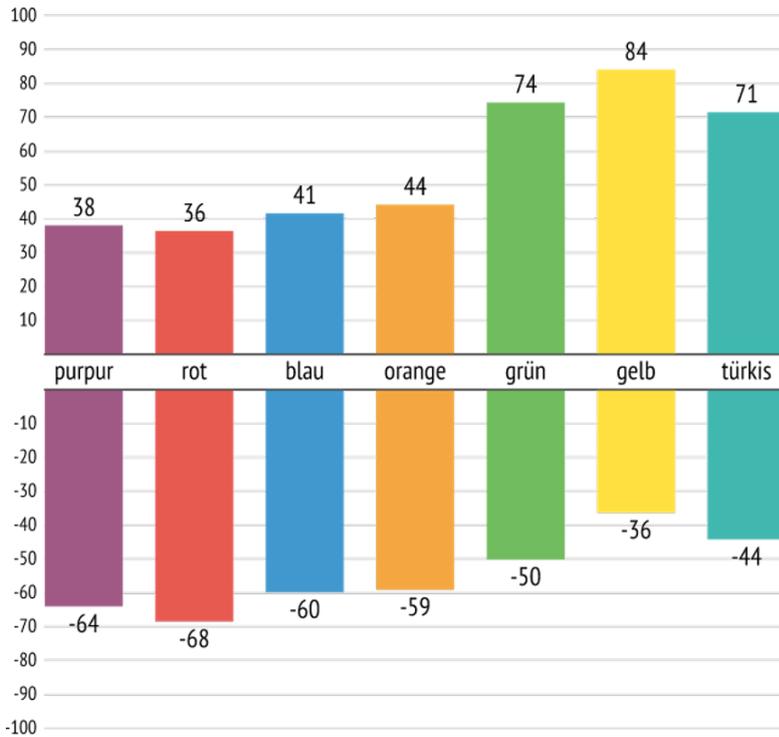
5. ORANGE | Der Mensch im 5. Level hat seinen Erfolg im Fokus und möchte seinen Wohlstand mehren. Zentrale Werte sind Leistung, Wettbewerb, Produktivität.

6. GRÜN | Hier liegt der Schwerpunkt auf langfristigen Erfolgen als Gemeinschaft. Werte: Kooperation, Harmonie, Wertschätzung und Gleichwertigkeit.

7. GELB | Der Mensch im 7. Level ist als erster in der Lage, die Stärken aller vorherigen Levels zu erkennen und zu nutzen. Wichtig sind Werte wie Multiperspektivität, Wissen, Kreativität und Invidualität.

8. TÜRKIS | Hier wird am Wohlergehen der Welt gearbeitet – mit Nachhaltigkeit, kollektiver Intuition, Netzwerkindelligenz und systemischem Handeln.

9. KORALLE | Das oberste Level hat sich noch nicht klar herauskristallisiert. Wahrscheinliche Werte: Ichbezogenheit verbunden mit Liebe und hohem Respekt allen Lebewesen gegenüber.



Durchschnitt: 113 Teilnehmer | Ist

(c) 9 Levels

Typisches Werteprofil von TrainerInnen, BeraterInnen und Coaches

Dafür spricht, dass bereits in anderen Studien Trends der Werteveränderung festgestellt wurden. Wenn es der Gesellschaft gut geht und der sozio-ökonomische Status hoch ist, tendieren die Werte eher in eine individualistische und wettbewerbsorientierte Richtung (Çileli, 2000). Auf das Modell der 9 Levels of Value Systems übertragen, entspräche das den Levels Rot, Orange und Gelb. Krisen und Existenzängste wirken dem teilweise entgegen, da der Fokus in Situationen des Mangels eher auf Sicherheit und Stabilität liegt (Çileli, 2000). Dies würde eher den Levels Purpur, Rot und Blau entsprechen. Spannend ist auch die Frage, wie es mit unserer Wertentwicklung in Zukunft weitergehen wird. Es gibt die Vermutung, dass Werte der gesellschaftlichen Verbundenheit und gegenseitigen Unterstützung nach der Pandemie an Wichtigkeit zugenommen haben werden. Eine solche Wertentwicklung sei nötig, um einen post-pandemischen Zusammenhalt in der Gesellschaft zu erlangen (Hodges, 2020).

Entsprechend gespannt waren Christian Albat, Sonja Wittig und das 9-Levels-Team bei der

Auswertung der Umfrage. Schnell zeigte sich: Anhand der Daten lässt sich aktuell keine einheitliche Veränderung der Wertesysteme erkennen. Das kann viele Gründe haben. Möglich wäre, dass es einfach noch viel mehr Personen brauchen würde, um klare Trends zu erkennen. Ebenso wäre es aber auch denkbar, dass es noch keine sichtbare Veränderung gibt, da wir uns noch mitten in der Krise befinden und die Effekte erst nachgelagert auftreten.

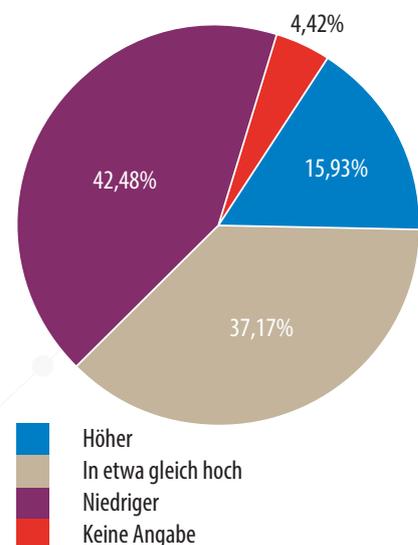
Während sich keine objektive Veränderung der Wertesysteme erkennen ließ, gaben doch über 60% der Befragten an, dass sich ihre zentralen Werte durch die Corona-Krise verändert haben und Themen, die ihnen früher wichtig waren, nun weniger von Bedeutung sind und/oder andere Dinge und Themen für sie an Wichtigkeit zugenommen haben.

Wie lässt sich diese subjektiv wahrgenommene Veränderung erklären? Christian Albat und Sonja Wittig nehmen an, „dass es keinen Werte-Wandel,

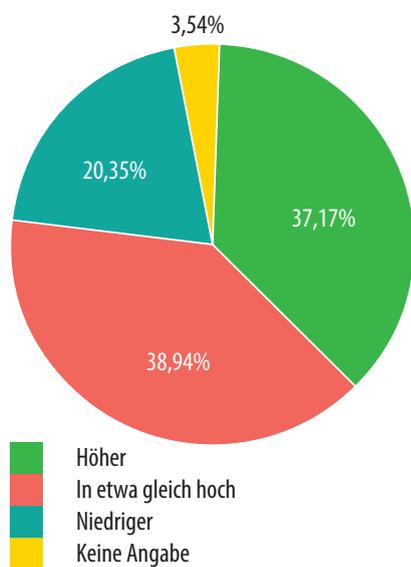
sondern ein gesteigertes Werte-Bewusstsein gibt“. Diese Entwicklung konnte Christian Albat in diversen Coaching-, Trainings- und Beratungsprojekten beobachten und sieht es als spannende Herausforderung an, in der post-Corona Zeit zu beobachten, was dieses vermutlich gesteigerte Wertebewusstsein für langfristige Auswirkungen auf eine mögliche Veränderung unserer Werte hat.

Darüber hinaus gibt die Umfrage auch einen intensiven Einblick dahin, wie es TrainerInnen, BeraterInnen und Coaches in dieser Krise geht. Empfinden sie die Pandemie auch persönlich als Krise? Wie sehen die beruflichen und persönlichen Konsequenzen für sie aus? Anhand der Daten lässt sich klar erkennen, dass die Pandemie einen großen Einfluss auf das Arbeitsleben der Beratenden hat. Rund 64% gaben an, dass sich der Schwerpunkt ihrer Arbeit durch die Corona-Krise verändert hat. Es lässt sich jedoch keine eindeutige Aussage dazu treffen, welches Arbeitsfeld zugenommen hat.

Dass es sich für viele um eine wahre Krise handelt, lässt sich auch an den Angaben zur beruflichen Auslastung erkennen. Im Vergleich zum Vorjahr gaben über 40% der Befragten an, dass sie eine geringere Auslastung haben als im Vorjahr. Geringfügig weniger gaben an, dass es bei ihnen gleichgeblieben ist, während die Auslastung nur bei 15% der Befragten höher als im Vorjahr war.



Wichtig in diesem Kontext ist die Gegenüberstellung zur subjektiv wahrgenommenen Arbeitsbelastung: Während die objektive Auslastung im Vergleich zum Vorjahr von über 40% als geringer eingeschätzt wird, gaben nur etwa 20% an, dass sie die subjektive Belastung als geringer empfinden. Im Gegenteil: Knapp 40% empfinden sie als höher, weitere 40% gaben sie als gleichbleibend an.



Die oft verringerte Auftragslage scheint also zusammen mit allgemeiner Unsicherheit, Online-Projekten statt Präsenz-Coachings und -Workshops etc. zu einem erhöhten Stressempfinden zu führen – und einer stärkeren Besinnung und Vergegenwärtigung unserer Werte, also von dem, was wir als richtig, bewährt und gut empfinden. Was für TrainerInnen, BeraterInnen und Coaches gilt, lässt sich vermutlich auch auf andere Personenkreise übertragen. Eine gesteigerte Wichtigkeit von Werten in der Gesellschaft ist anzunehmen. Daraus schließt das 9-Levels-Team, dass auch die Arbeit mit Werten insgesamt noch wichtiger geworden ist. Diesen Auftrag nimmt das Team ernst und möchte alle BeraterInnen, TrainerInnen und Coaches, die dieser wichtigen Arbeit nachgehen, weiterhin im – mit den 9 Levels gesprochen – „grün-gelben“ Sinne in der Krise unterstützen – damit diese wiederum bei ihren Kunden durch wertebasierte Trainings-, Coachings- und Beratungsprojekte hin zu mehr Zufriedenheit und Erfolg wirken können.



Christian Albat

ist Partner der ALBATrosse-HR Beratung, Inhaber der Christian Albat Unternehmensberatung, Interim-Manager, Trainer und Moderator. Er verfügt über jahrelange Erfahrung in Personalleitung, -marketing und -entwicklung sowie Vertrieb. Als einer der ersten zertifizierten 9-Levels-Berater zählt er heute zu den weltweit erfahrensten 9-Levels-Anwendern und gibt sein Wissen als 9-Levels-Ausbilder in den Zertifizierungen weiter.



Sonja Wittig

ist Geschäftsführerin von 9 Levels Deutschland, Mitinhaberin des Instituts für Persönlichkeit, erfahrene 9-Levels-Ausbilderin und für verschiedene Diagnostikinstrumente auf Motiv-, Werte-, Verhaltens- und Wirkungsebene zertifiziert. Sie hat Kommunikationswissenschaften, Psychologie und VWL studiert und verfügt über mehrjährige Erfahrung als HR Manager. Als systemischer Coach, Trainerin und Beraterin unterstützt sie Menschen, Teams und Organisationen dabei, über einen persönlichkeits- und wertorientierten Ansatz aktuelle Herausforderungen zu meistern und langfristig eine gesteigerte Zufriedenheit und Erfolg zu erreichen.

Literaturverzeichnis

- » Brand, M (2000). Typisch Organisationsentwickler?! Biografische Muster in der Weiterbildungsszene. In Wittig, S.; Brand, M.: (2000): Werte messen, Change erfolgreich gestalten. 21 Praxisbeispiele mit den 9 Levels of Value Systems®. Offenbach: Gabal, 58-72.
- » Cileli, M. (2000). Change in value orientations of Turkish youth from 1989 to 1995. The Journal of psychology, 134(3), 297–305. <https://doi.org/10.1080/00223980009600869>
- » Hodges, C. (2020). Basing Action and Structures on Values in a Post-Corona World. SSRN Electronic Journal. Vorab-Onlinepublikation. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3589690>
- » Steinert, S. (2020). Corona and value change. The role of social media and emotional contagion. Ethics and information technology, 1–10. <https://doi.org/10.1007/s10676-020-09545-z>