

Was ist mit Sinn und Zweck im Business? von Prof. Dr. Ulrike Buchholz

Buzzword Purpose? Ja, durchaus, wenn man diesen Begriff, der derzeit in den Medien zunehmend diskutiert wird, unreflektiert aufgreift und ihn als schickes Modewort irgendwie mit Werten verknüpft. Dann stößt Purpose schnell an Akzeptanzgrenzen. Dabei kann der Begriff bzw. sein Konzept bei genauerem Hinsehen Sinn machen und hat durchaus das Potenzial, sich im modernen Management insbesondere angesichts umfangreicher Transformationen durchzusetzen. Denn es hat sich herausgestellt, dass die Leistungskraft von Unternehmen größer ist, wenn sie einen ausgewiesenen Purpose haben. Es geht um die eigenen klaren, wertorientierten und handlungsleitenden Spielregeln im Wettbewerb, an denen sich sowohl die Mitarbeitenden als auch externe Bezugsgruppen in der Wertschöpfungskette ausrichten können. Bindung geht über einen Purpose.

Mehr dazu lesen Sie in dem Artikel unserer Kommunikationsexpertin Prof. Dr. Ulrike Buchholz:

<https://interne-kommunikation.net/purpose/>

*Where do
you go?*

*I don't
know.*

