



04.11.2024 09:00 CET

## Christoph Werner: Fragen hinterfragen

Liebe Leserin, lieber Leser,

was ist Ihnen wichtiger: Sicherheit oder Freiheit?

Wurde Ihnen diese Frage auch schon mal gestellt?

Thomas Jefferson, einer der Gründungsväter der USA, soll hierzu einmal gesagt haben: „Wer Freiheit aufgibt, um Sicherheit zu gewinnen, wird am Ende beides verlieren.“ Dwight D. Eisenhower, der 34. Präsident der USA, hat diesen Gedankensatz sehr anschaulich formuliert, als er sagte: „Wenn Du totale Sicherheit

willst, geh ins Gefängnis. Dort bist Du ernährt, gekleidet, medizinisch versorgt. Das Einzige, was fehlt, ist die Freiheit.“

Die Ausführungen machen deutlich, dass in der Eingangsfrage die Grundwerte „Sicherheit“ und „Freiheit“ Scheinalternativen sind. Denn die Beziehung zwischen beiden ist nicht ein „Entweder-oder“, sondern ein „Sowohl-als-auch“. Diese Erkenntnis hat große Auswirkungen darauf, wie beispielsweise eine Sicherheitsdebatte geführt wird und welche Lösungen wir in Erwägung ziehen. Wenn klar ist, dass bei Freiheit immer auch die Sicherheit im Blick behalten werden muss und bei Sicherheit immer auch die Freiheit, wird die gesellschaftliche Diskussion differenzierter, als wenn in Scheinalternativen gedacht und argumentiert wird.

In meinem beruflichen Alltag werde ich oft mit Situationen konfrontiert, in denen es darauf ankommt, schnell urteilsfähig zu werden. In solchen Momenten richte ich meinen Fokus zuerst immer auf die Beziehung zwischen den angebotenen

Alternativen und den wesentlichen Einflussfaktoren. Ist deren Beziehung ein „Entweder-oder“? Oder ein „Sowohl-als-auch“? Oder vielleicht sogar ein „Weder-noch“? Auf diese Weise lässt sich schneller erkennen, ob eine Frage als solche infragegestellt werden muss und ob ein Sachverhalt überhaupt entscheidungsreif ist.

In der Zusammenarbeit bei dem Bemühen wir uns um eine Fragekultur, die zum Ziel hat, sinnvolle Fragen zu formulieren und keine schiefen. Also keine Fragen mit Scheinalternativen wie „Was ist nun wichtiger, Gewinn oder Kundenorientierung?“ oder „Wollen wir nun die Umwelt retten oder Kundenzufriedenstellen?“. Sondern verbindende Fragen. Fragen wie beispielsweise „Wie können wir unsere Leistung für Kunden so erbringen, dass die Zufriedenheit so hoch wie möglich ist und gleichzeitig die betriebswirtschaftliche Zukunftsfähigkeit des Unternehmens gewährleistet bleibt?“ Oder: „Wie können wir unsere Sortimente so gestalten, dass unsere Kunden die Artikel finden, die sie brauchen, und gleichzeitig mit diesen die Umwelt so wenig wie möglich belasten?“

Absolute Antworten auf diese Fragen gibt es zwar nicht. Aber es kommt eine Diskussion in Gang und unterschiedliche Antworten können gefunden und dann erprobt werden. Damit wachsen unsere Fähigkeiten und unsere Fertigkeiten. Und die Wahrscheinlichkeit erhöht sich, dass wir einen sinnvollen

Weg finden, der auch tatsächlich nach vorne führt. Denn darauf kommt es am Ende an.

**Herzlichst**  
**Ihr Christoph Werner**

-----

Jeden Monat schreibt Christoph Werner im alverde Magazin über Themen, die ihn bewegen. Das alverde Magazin gibt es monatlich neu in Ihrem dm-Markt und online unter [dm.de/alverde-magazin](https://dm.de/alverde-magazin).

---

## **Zu dm-drogerie markt**

Bei dm-drogerie markt arbeiten europaweit rund 90.000 Menschen in weit mehr als 4.000 Märkten. In 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2023/2024 einen Umsatz von 17,74 Milliarden Euro erzielen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten mehr als 60.300 dm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 12,47 Milliarden Euro. 2024 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage Kundenmonitor dm erneut zum beliebtesten Drogeriemarkt. In der bundesweiten Mitarbeiterbefragung des Magazins stern und der Online-Marktforschungsplattform Statista zu „[Deutschlands Top-Arbeitgeber 2025](#)“ wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, seiner Verantwortung für nachhaltige Entwicklungen gerecht zu werden. Dieses Engagement wurde 2023 mit dem [Deutschen Nachhaltigkeitspreis](#) in der Kategorie „Unternehmen: Konsumgüter Einzelhandel 2024“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem neuen „[Bericht zur Zukunftsfähigkeit](#)“.

## Kontaktpersonen



### **So erreichen Sie das dm-Presseteam**

Pressekontakt

[dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de](mailto:dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de)

+49 721 5592 1195

### **Herbert Arthen**

Pressekontakt

Pressesprecher

[herbert.arthen@dm.de](mailto:herbert.arthen@dm.de)

+49 721 5592 1195