

William James, der Begründer der amerikanischen Psychologie, gestand dieses Verlangen spät und fast verlegen ein. Als seine Studentinnen ihm 1896 zum Dank eine blühende Azalee schickten, schrieb er zurück, er habe nun eine große Lücke in seiner Psychologie bemerkt: das tiefste Prinzip der menschlichen Natur sei das Verlangen, geschätzt zu werden – er habe es ausgelassen, weil er es selbst noch nie erfüllt erlebt habe.¹ Ein Eingeständnis, das mehr verrät als manche Theorie.

Dieses Essay will keine schnelle These verkaufen, sondern einen abwägenden Überblick geben. Es fragt zuerst nach dem Wort und nach der Welt: Was bedeutet „Wertschätzung“ eigentlich, warum klingt darin ein beunruhigender Unterton mit, warum macht das Wort gerade jetzt eine derartige Karriere, und wie antworten die Kulturen und Religionen der Erde auf dieselbe Sehnsucht? Es fragt nach dem Menschen und seinem Gehirn, nach Geschichte, Kunst und Sport, nach der Ökonomie, die aus dem Verlangen ein Geschäft gemacht hat, und nach den lauten Stimmen der Gegenwart – Prominenten, Coaches, Medien. Es schaut dorthin, wo Wertschätzung fehlt oder ins Falsche kippt. Und es endet nicht resigniert, sondern bei einer Ressource, die sich vermehrt, wenn man sie verschenkt.

1. Das Wort und sein doppelter Boden

1.1 Wertschätzung: von der Münze zur Verehrung

Wer „Wertschätzung“ auseinandernimmt, findet zwei alte Wörter: „Wert“ und „schätzen“. Und „schätzen“ kommt von „Schatz“ – im Althochdeutschen *scaz*, die Münze, das Geld, der angehäuften Reichtum. Das mittelhochdeutsche *schetzen* hieß zunächst ganz nüchtern: nach Wert oder Zahl veranschlagen, taxieren, ja besteuern.² Im Wort steckt also von Anfang an eine Doppelnatur: das kühle Taxieren eines messbaren Wertes – und das Achten und Verehren einer Person. Dass „Schatz“ im 15. Jahrhundert zugleich zur Bezeichnung für den liebsten Menschen wurde, zeigt die Spannung besonders schön: Wer heute „mein Schatz“ sagt, spricht, ohne es zu wissen, die Sprache der Münze.³

1.2 Quer durch die Sprachen: einen Preis auf den Menschen setzen

Der Verdacht, dass Schätzen mit Bepreisen zu tun hat, bestätigt sich über das Deutsche hinaus. Das englische *to appreciate* stammt vom spätlateinischen *appretiare* – „einen Preis festsetzen“, von *pretium*, der Preis; verwandt sind *appraise* (taxieren), *price* und sogar *precious*. *Esteem* und *estimate* gehen beide auf *aestimare* zurück: den Wert bestimmen.⁴ Im Französischen heißt schätzen *apprécier*, hochachten *estimer* – dieselbe Wurzel. Ob germanisch oder lateinisch: Jemanden zu schätzen heißt sprachlich, ihm einen Preis zuzumessen. Das ist eine schöne und eine unheimliche Pointe zugleich. Schön, weil ernst genommen wird, dass ein Mensch einen Wert hat. Unheimlich, weil ein Preis verhandelbar ist – heute hoch, morgen heruntergesetzt.

1.3 Das beunruhigende Echo: Was, wenn die Schätzung zu niedrig ausfällt?

Eine Schätzung ist immer nur ein Näherungswert. Der Gutachter schätzt den Gebrauchtwagen, der Makler taxiert das Haus – und manchmal liegt er daneben. Wenn aber Wertschätzung eine Schätzung ist, wer garantiert dann, dass sie nicht zu niedrig ausfällt? Genau das ist die Wunde unter dem Like-Zähler. Wer seinen Wert ganz an das Urteil anderer hängt, hat ihn an einen schwankenden Kurs gebunden – an eine Währung, die fällt, sobald

¹William James, *The Letters of William James*, Bd. 2 (1920), S. 33; Brief an die Radcliffe-Klasse, 6.4.1896.

²DWDS / Etymologisches Wörterbuch (Pfeifer): „schätzen“, „Schatz“, „Schätzung“.

³DWDS / Etymologisches Wörterbuch (Pfeifer): „schätzen“, „Schatz“, „Schätzung“.

⁴Online Etymology Dictionary: „appreciate“, „appraise“, „esteem“ (*appretiare*, *aestimare*).

die Bestätigung ausbleibt. „Reicht das schon?“ Die ehrliche Antwort lautet meist: noch nicht ganz. Das ist kein Defekt einzelner Menschen, sondern die eingebaute Tücke des Wortes.



Die innere „Tankanzeige“ steht selten auf „voll“.

1.4 Preis und Würde: zwei Maßstäbe

Die deutsche Sprache hält gegen diese Tücke ein zweites Wort bereit, das sie selbst kaum noch hört: die *Würde*. Der Unterschied ist grundlegend. Ein Preis wird zugemessen und kann schwanken; die Würde wird zugesprochen und ist unverhandelbar. Das Grundgesetz stellt sie an den Anfang und nennt sie unantastbar.⁵ Schon Immanuel Kant hatte die Unterscheidung präzise gefasst: Was einen Preis habe, sei ersetzbar; was Würde habe, sei über jeden Preis erhaben und unvertretbar. Der ganze Bogen dieses Essays spannt sich zwischen diesen beiden Polen – der Wertschätzung, die schätzt und darum nie ganz genügt, und der Würde, die zuspricht und darum trägt.

1.5 Warum das Wort uns heute einholt

Lange lebte die Sprache mit ihrer Doppeldeutigkeit, ohne dass sie schmerzte. Heute holt sie uns ein, weil eine ganze Technik darauf gebaut ist, Wertschätzung in Zahlen auszudrücken: Likes, Follower, Sterne, Bewertungen. Damit kippt die warme Bedeutung zurück in die kalte – aus dem Verehren wird wieder ein Taxieren. Wer das versteht, ahnt, warum so viele Menschen sich heute permanent geschätzt und doch nie genug gewürdigt fühlen.

1.6 Ein Wort macht Karriere

Dass das Thema gerade jetzt brennt, lässt sich an der Sprache selbst ablesen. „Wertschätzung“ ist ein vergleichsweise junges Wort, das lange ein Schattendasein führte und erst in den letzten Jahrzehnten geradezu explodierte. Sprachkorpora wie das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS), das den Zeitungsgebrauch seit 1946 erfasst, lassen solche Entwicklungen über Wortverlaufskurven sichtbar machen; Beobachter bescheinigen dem Begriff inzwischen offen „Hochkonjunktur“.⁶ Eine evangelische Morgenandacht brachte den Wandel der Alltagssprache auf den Punkt: Früher habe man gemault „Mir dankt ja keiner“, heute heiße es „Ich fühle mich nicht genug gewertschätzt“.⁷

⁵Grundgesetz Art. 1 Abs. 1; Kant, *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten* (1785) – Preis vs. Würde.

⁶Häufigkeitsentwicklung: DWDS-Wortverlaufskurven (Zeitungskorpus ab 1946); „Hochkonjunktur“ des Begriffs (sifa-sibe.de, 2025).

⁷„Wertschätzung“, Morgenandacht, rundfunk.evangelisch.de (2017) – kirchlicher Einwand gegen das instrumentelle „um zu“.

Aus einem schlichten Danken ist ein anspruchsvolles Vokabular der Anerkennung geworden.



Die „Karriere“ des Wortes – schematische Darstellung des dokumentierten Anstiegs.

Dieser Aufstieg ist so doppeldeutig wie das Wort selbst. Einerseits zeigt er, dass eine lange übersehene menschliche Grunderfahrung endlich benannt wird. Andererseits droht die Inflation: Je häufiger ein Wort fällt, desto leerer kann es klingen – genau dieser Verdacht hängt der „Wertschätzung“ inzwischen an, bis hin zur Frage, ob sie nur eine Mode sei (Kapitel 7.5). Bevor wir dem nachgehen, lohnt der Blick darauf, wie andere Kulturen und Religionen den Wert des Menschen verankert haben – nämlich gerade nicht im schwankenden Preis.

2. Die Welt: vier Kontinente, eine Sehnsucht

2.1 Afrika: „Ich bin, weil wir sind“

Im südlichen Afrika gibt es ein Wort, das unser Like-Denken auf den Kopf stellt: *Ubuntu*. Der kenianische Theologe John Mbiti fasste seinen Kern 1969 in eine Formel, die seither um die Welt gegangen ist: „Ich bin, weil wir sind; und weil wir sind, darum bin ich.“⁸ Das zugehörige Sprichwort der Nguni-Sprachen lautet *umuntu ngumuntu ngabantu* – „ein Mensch ist ein Mensch durch andere Menschen“.⁹ Der Mensch ist hier kein fertiges Ich, das nachträglich Bestätigung einsammelt; er wird Mensch erst im Blick des anderen. Der südafrikanische Philosoph James Ogude beschreibt es als den erwiderten Blick: Man sehe einem anderen in die Augen und werde zurückgesehen, und genau diese erwiderte Anerkennung mache einen menschlich.¹⁰ Erzbischof Desmond Tutu machte Ubuntu zum Fundament der Wahrheits- und Versöhnungskommission, die Südafrika nach der Apartheid vor dem Auseinanderbrechen bewahrte. Eine Pointe steckt darin, die das Like-Zeitalter überhört hat: Wer Reichtum anhäuft, während die Nachbarn hungern, hat in dieser Logik nicht gewonnen, sondern die eigene Menschlichkeit gemindert.

2.2 Ostasien: das Gesicht, das man schenken kann

In China dreht sich vieles um das „Gesicht“ – und zwar um zwei verschiedene. Die Anthropologin Hsien Chin Hu unterschied 1944 in einer bis heute zitierten Studie zwischen *mianzi*, dem sozialen Ansehen, das man durch Status, Können und Erfolg gewinnt, und *lian*, dem moralischen Gesicht, der Grundachtbarkeit, die man durch anständiges Verhalten wahrt.¹¹ Man kann viel *mianzi* haben und doch *lian* verlieren – der korrupte, aber mächtige

⁸ John S. Mbiti, *African Religions and Philosophy* (1969), S. 215; *umuntu ngumuntu ngabantu*.

⁹ John S. Mbiti, *African Religions and Philosophy* (1969), S. 215; *umuntu ngumuntu ngabantu*.

¹⁰ Desmond Tutu, *No Future Without Forgiveness* (1999); James Ogude über den erwiderten Blick (WPR 2019).

¹¹ Hsien Chin Hu, „The Chinese Concepts of ‚Face‘“, *American Anthropologist* 46(1) 1944, S. 45–64.

Beamte ist das stehende Beispiel. Prestige ist verhandelbar, die moralische Würde nicht. Das Schönste an diesem Konzept ist, dass „Gesicht“ verschenkt werden kann: Der Schriftsteller Lin Yutang schrieb 1935, das Gesicht lasse sich gewähren, verlieren, erkämpfen und als Geschenk überreichen.¹² *Jemandem Gesicht geben* heißt, ihn vor anderen gut dastehen zu lassen – eine aktive, höfliche Form der Wertschätzung, nicht das Warten auf Bestätigung, sondern das Stiften von Ansehen für den anderen.

2.3 Südamerika: Anerkennung als Gegenseitigkeit

In den Anden lebt seit der Inkazeit ein Prinzip fort, das im Quechua *ayni* heißt – Reziprozität, gegenseitige Hilfe.¹³ Wer beim Hausbau, bei der Ernte, beim Kartoffelpflanzen mithilft, weiß, dass ihm dieselbe Hilfe zuteilwird; die *minga* ist die gemeinschaftliche Arbeit, bei der das ganze Dorf für einen Einzelnen anpackt und umgekehrt. Anerkennung ist hier kein Wort, sondern eine Tat: Du zählst, weil wir aufeinander angewiesen sind. Über diesem Alltag steht ein größerer Begriff: *sumak kawsay*, auf Spanisch *buen vivir*, das „gute Leben“ oder genauer „das Leben in Fülle“, das Ecuador und Bolivien sogar in ihre Verfassungen geschrieben haben.¹⁴ Sein Kern lautet, dass Erfüllung niemals auf Kosten anderer – und nicht auf Kosten der Natur – gesucht werden darf. Verwandte Vorstellungen finden sich bei den Aymara (*suma qamaña*) und den Guaraní (*ñande reko*). Hier misst sich der Wert eines Lebens an der Harmonie, die einer um sich stiftet – die genaue Gegenfigur zum einsamen Like-Jäger.

2.4 Der rote Faden: Wert aus Beziehung, nicht aus Preis

Verschieden ist die Münze, gleich ist die Sehnsucht. Auffällig ist, worin die großen Traditionen übereinstimmen: Sie verankern den Wert des Menschen nicht im schwankenden Preis der Leistung, sondern in der Beziehung.

Region	Begriff	Kerngedanke	Worin der Wert wurzelt
Europa (sprachlich)	Wertschätzung / <i>appreciate</i>	jemanden „bepreisen“, taxieren	in der (schwankenden) Einschätzung
Afrika	Ubuntu	„ein Mensch ist Mensch durch Menschen“	in der Gemeinschaft
Ostasien	<i>mianzi</i> / <i>lian</i>	Gesicht geben und wahren	im Ansehen <i>und</i> in der Achtbarkeit
Anden	<i>ayni</i> / <i>sumak kawsay</i>	Reziprozität, Leben in Fülle	in der Gegenseitigkeit

2.5 Ein Streit der Deutungen: universal oder kulturell?

Hier ist eine ehrliche Abwägung fällig, denn die Forschung streitet. Die eine Seite, vertreten etwa von der kulturvergleichenden Psychologie, betont, dass individualistische Gesellschaften Anerkennung an persönliche Leistung knüpfen, kollektivistische dagegen an Rolle, Familie und Harmonie – das Bedürfnis sei gleich, sein Ausdruck zutiefst verschieden. Die andere Seite warnt vor dem Klischee, „der Westen“ sei egoistisch und „der Osten“ gemeinschaftlich; reale Menschen mischen beides. Wahrscheinlich trifft eine mittlere

¹²Lin Yutang, *My Country and My People* (1935), S. 190.

¹³Andine Reziprozität (*ayni*, *minga*) und *sumak kawsay* / *buen vivir*; Smithsonian NMAI; Univ. Bielefeld.

¹⁴Andine Reziprozität (*ayni*, *minga*) und *sumak kawsay* / *buen vivir*; Smithsonian NMAI; Univ. Bielefeld.

Position zu: Das Verlangen, gesehen zu werden, ist anthropologisch universal, doch ob es sich in Applaus, in gewahrtem Gesicht oder in stiller Reziprozität ausdrückt, prägt die Kultur. Festhalten lässt sich, dass die nichteuropäischen Begriffe einen Schutz eingebaut haben, den das bloße „Schätzen“ nicht kennt – sie binden den Wert an etwas Stabileres als das Tagesurteil.

3. Die Weltreligionen: woher der Mensch seinen Wert nimmt

3.1 Judentum und Christentum: das Bild Gottes

Die jüdisch-christliche Tradition löst das Preisproblem an der Wurzel: Sie gründet den Wert des Menschen nicht in Leistung, sondern in der Gottebenbildlichkeit. Der Mensch ist *b'tzelem Elohim*, „im Bilde Gottes“ geschaffen (Genesis 1,27).¹⁵ Aus diesem einen Vers hat die abendländische Ideengeschichte die Vorstellung der unverlierbaren Menschenwürde gewonnen, die später in die Menschenrechte einfließt. Der Talmud verschärft den Gedanken bis zum Äußersten: Wer ein einziges Leben rettet, rette eine ganze Welt – jeder Mensch ist unendlich, nicht hochgerechnet. Wertschätzung ist hier kein Schätzwert, sondern ein Vorschuss, der jedem Menschen vorausgeht.

3.2 Islam: die Würde der Kinder Adams

Der Koran spricht dem Menschen eine geschenkte Ehre zu, *karāma*. „Wir haben die Kinder Adams geehrt“, heißt es (Sure 17,70); und an anderer Stelle, der Edelste vor Gott sei der Gottesfürchtigste, nicht der Reichste oder Berühmteste (Sure 49,13).¹⁶ Damit ist der Maßstab ausdrücklich vom äußeren Erfolg gelöst und an Haltung und Frömmigkeit gebunden. Bemerkenswert ist die soziale Konsequenz: Anerkennung erweist sich im Islam wesentlich in Pflichten gegenüber den Schwachen – Waise, Bedürftiger, Reisender, Nachbar –, also gerade gegenüber jenen, die in einer reinen Status-Ökonomie nichts „wert“ wären.

3.3 Hinduismus: das Göttliche im Anderen

Der hinduistische Gruß *Namaste* bedeutet weit mehr als „Hallo“. In seiner verbreiteten spirituellen Deutung heißt er: das Göttliche in mir verneigt sich vor dem Göttlichen in dir.¹⁷ Dahinter steht die Lehre vom *Atman*, dem Selbst, das im Innersten mit dem Weltgrund *Brahman* eins ist. Wer den anderen grüßt, würdigt also nicht seine Leistung, sondern den göttlichen Funken in ihm – einen Wert, der allen gleich innewohnt und nicht verdient werden muss. Anerkennung ist hier ein Akt der Wiedererkennung: Ich sehe in dir, was uns beide übersteigt und verbindet.

3.4 Buddhismus: die acht Weltwinde – Lob und Tadel loslassen

Der Buddhismus liefert den schärfsten Kontrapunkt zum ganzen Like-Zeitalter. Im *Lokavipatti Sutta* beschreibt der Buddha acht „Weltwinde“, die das ungeübte Gemüt hin- und herwerfen: Gewinn und Verlust, Ruhm und Schande, **Lob und Tadel**, Freude und Schmerz.¹⁸ Der Unerwachte freut sich über Lob und leidet unter Tadel und wird so zum Spielball der Meinung anderer; der geübte Mensch lernt *upekkha*, den Gleichmut, der beide Winde an sich vorüberziehen lässt.

¹⁵Genesis 1,27 (Luther 2017); zur Wirkungsgeschichte „Image of God“.

¹⁶Koran 17,70 und 49,13 (Menschenwürde, *karāma*).

¹⁷*Namaste* / *Atman–Brahman* im Hinduismus.

¹⁸*Lokavipatti Sutta* (AN 8,6): acht Weltwinde, Lob und Tadel; Gleichmut (*upekkha*).



Die acht Weltwinde des Buddhismus – Lob und Tadel sind nur zwei von ihnen.

Nagarjuna riet, diese acht weltlichen Anliegen gleich zu behandeln und den Geist von ihnen nicht beunruhigen zu lassen. Das ist eine radikale Diagnose: Nicht der Mangel an Bestätigung ist das eigentliche Problem, sondern das Anhaften an ihr. Wo die anderen Traditionen den Wert des Menschen sichern wollen, will der Buddhismus die Sucht nach dem Urteil überhaupt durchschauen – beides sind Wege aus dem schwankenden Kurs, nur von entgegengesetzten Seiten.

3.5 Was die Religionen gemeinsam sagen – und worin sie sich reiben

Über die Lehrunterschiede hinweg fällt eine Übereinstimmung auf: Keine der großen Religionen lässt den Wert des Menschen vom Tagesurteil abhängen. Ob als Bild Gottes, als geehrtes Kind Adams oder als Träger des göttlichen Funkens – der Mensch ist gewürdigt, bevor er etwas leistet. Hier reiben sich allerdings zwei Stoßrichtungen, und es wäre unredlich, das zu glätten. Die abrahamitischen Religionen und der Hinduismus *bejahen* einen unbedingten Wert und gründen darauf die Würde; der Buddhismus rät, das Verlangen nach Bewertung selbst *loszulassen*. Die erste Linie heilt die Wunde, indem sie einen festen Grund zusagt; die zweite, indem sie die Wunde als Anhaften entlarvt. Für den modernen Menschen, der zwischen Like und Leere pendelt, sind beide Auswege erstaunlich praktisch – und sie schließen einander nicht aus.

4. Die Wurzel im Menschen

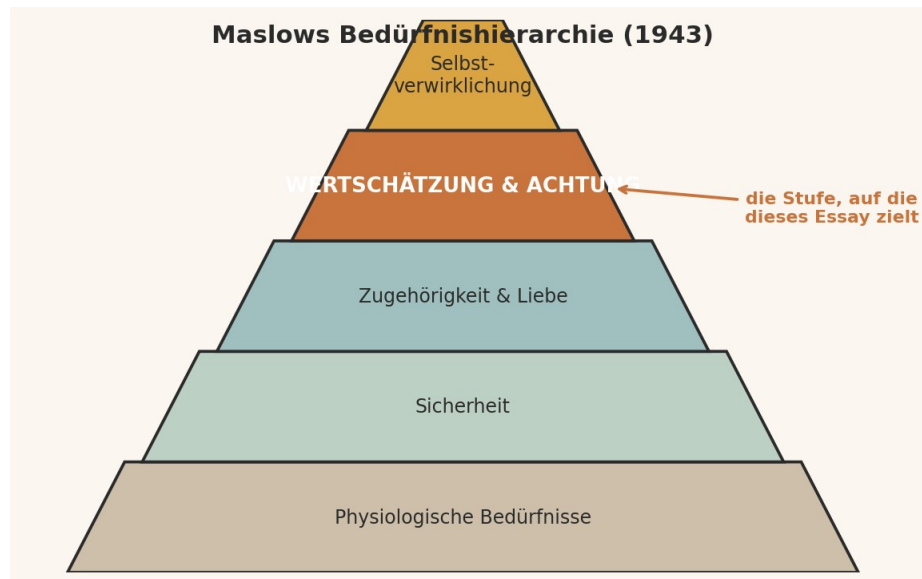
4.1 James und das „tiefste Prinzip“

James' Azaleen-Brief ist mehr als eine Anekdote. Sein Satz ist eine empirische Vermutung: Anerkennung sei kein Luxus über den Grundbedürfnissen, sondern eine Triebkraft auf Augenhöhe mit Hunger und Sicherheit.¹⁹ Bezeichnend ist sein Nachsatz, halb im Scherz: Er fürchte, die Studentinnen hätten einen Dämon in ihm geweckt, fortan werde er alles um solcher Belohnungen willen tun. Auch der Vater der Psychologie war gegen das Verlangen nicht gefeit – und wusste es.

¹⁹William James, *The Letters of William James*, Bd. 2 (1920), S. 33; Brief an die Radcliffe-Klasse, 6.4.1896.

4.2 Maslow: die Stufe der Achtung

Abraham Maslow ordnete dieses Bedürfnis 1943 in seine Bedürfnishierarchie ein: über Versorgung und Zugehörigkeit stehen die *esteem needs* – das Bedürfnis nach Achtung, Status, Anerkennung.²⁰



Maslows Bedürfnishierarchie mit der Stufe der Wertschätzung.

Maslow betonte ausdrücklich, dass Selbstachtung nicht aus dem Inneren allein wächst; sie ist auf die Spiegelung von außen angewiesen, und wo diese ausbleibt, drohen Gefühle der Unterlegenheit und Bedeutungslosigkeit. Das ist der nüchterne Befund hinter aller Selbstwert-Lyrik: Niemand zieht sein Wertgefühl vollständig aus sich selbst. Wir sind, biologisch wie biografisch, auf Resonanz gebaut.

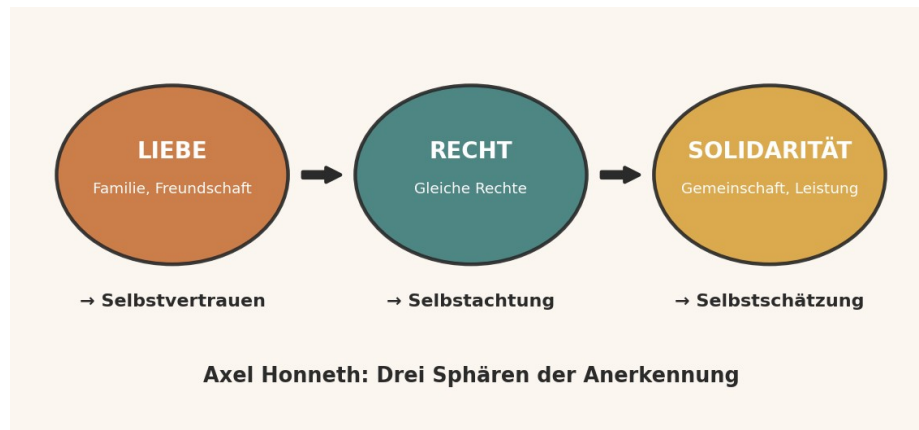
4.3 Honneth: Anerkennung macht das Ich

Der Frankfurter Sozialphilosoph Axel Honneth hat daraus eine ganze Gesellschaftstheorie entwickelt. In *Kampf um Anerkennung* (1992) argumentiert er, im Anschluss an Hegel und George Herbert Mead, dass ein Mensch ein stabiles Selbstverhältnis nur dadurch gewinnt, dass andere ihn anerkennen.²¹ Er unterscheidet drei Sphären: die Liebe in Familie und Freundschaft begründet das Selbstvertrauen; das Recht, das jeden als gleichen Träger von Rechten achtet, die Selbstachtung; die Solidarität der Gemeinschaft, die Leistungen würdigt, die Selbstschätzung.²²

²⁰Maslow, „A Theory of Human Motivation“, *Psychological Review* 50 (1943), S. 370–396.

²¹Honneth, *Kampf um Anerkennung*, Suhrkamp 1992 (Liebe, Recht, Solidarität; Missachtung).

²²*Internet Encyclopedia of Philosophy*, „Recognition, Social and Political“ (Hegel/Mead/Honneth).



Honneths drei Sphären der Anerkennung.

Identität entsteht demnach nicht im Inneren allein, sondern im Zwischenraum – eine erstaunlich genaue westliche Parallele zum Ubuntu-Gedanken. Das klingt abstrakt, ist aber handfest: Wer in keiner dieser Sphären vorkommt, verliert nicht nur die gute Laune, sondern den festen Stand zu sich selbst.

4.4 Was der „Like“ im Gehirn auslöst

Diese alte Einsicht hat eine sehr junge, messbare Seite. Als die UCLA-Forscherin Lauren Sherman Jugendlichen im Hirnscanner Instagram-Bilder zeigte, reagierte ihr Belohnungssystem – besonders das ventrale Striatum – deutlich stärker auf Fotos mit vielen Likes als auf dieselben Bilder mit wenigen.²³ Schon die bloße Zahl unter dem Bild verändert, wie das Gehirn es bewertet; Bilder mit vielen Likes verleiteten die Jugendlichen sogar, selbst eher zu liken.

Hier lauert die Gefahr. Plattformen liefern Bestätigung nach dem Muster des Spielautomaten: unregelmäßig, unvorhersehbar und gerade deshalb besonders fesselnd.²⁴ Das gesunde Bedürfnis nach Resonanz kann so in eine Schleife kippen, in der nie genug genug ist.

4.5 Eine Frage des Geschlechts?

Geschlecht macht einen Unterschied – einen feineren, als Klischees nahelegen. Übersichtsstudien finden, dass Mädchen und junge Frauen soziale Medien häufiger zur Suche nach Zustimmung nutzen, Jungen eher gewohnheitsmäßig; Frauen berichten im Schnitt etwas niedrigere Selbstwertwerte, besonders beim äußeren Erscheinungsbild.²⁵ Eine Fokusgruppenstudie mit spanischen Jugendlichen zeigte das Muster deutlich: Die Mädchen thematisierten den Druck des Aussehens ausführlich, die Jungen sprachen eher von Spaß und Status – und kein einziger der jungen Männer räumte einen Einfluss der Plattformen auf das eigene Selbstbild ein.²⁶ Ob das größere Souveränität oder größere Verleugnung bedeutet, darüber lässt sich streiten. Robust bleibt nur der Befund: Der Druck ist ungleich verteilt und trifft junge Frauen härter.

5. Geschichte, Kunst und Sport

5.1 Ehre und Ruhm: die alte Währung

Lange bevor es Likes gab, kämpften Menschen um Anerkennung – nur hieß sie Ehre, Ruhm,

²³Sherman u. a., „The Power of the Like in Adolescence“, *Psychological Science* 27(7) 2016, S. 1027–1035.

²⁴*Social Cognitive and Affective Neuroscience* 13(7) 2018, S. 699–707 (variable Verstärkung).

²⁵Literaturüberblick „Gender Differences in How Social Media Use Affects Self-Esteem“.

²⁶„Young users of social media: an analysis from a gender perspective“, *Frontiers in Psychology* 2024.

Andenken. Die homerischen Helden fürchteten das Vergessen mehr als den Tod; Achill wählt in der *Ilias* ausdrücklich das kurze Leben mit unsterblichem Ruhm vor dem langen ohne. Schon hier zeigt sich die Doppelnatur des Verlangens: Es kann zu Großem beflügeln und zugleich in tödliche Eitelkeit treiben.

5.2 Der Applaus: die kürzeste Form der Wertschätzung

Im Applaus wird das Verlangen sichtbar wie nirgends sonst. Er ist die knappste Form der Wertschätzung: ein kollektives, körperliches „Du wurdest gesehen“. Für Musiker und Schauspielerinnen ist er Lohn und Droge zugleich – ein Echo, das im selben Moment verklingt, in dem es ertönt, und gerade deshalb immer neu gesucht wird. Nicht zufällig erfand das Theater den Vorhang, der sich für die Verbeugung noch einmal hebt: Die Kunst hat den Augenblick der Anerkennung ritualisiert, weil sie weiß, wie sehr er gebraucht wird.

5.3 Bühne und Musical: die Sehnsucht, gesehen zu werden

Kaum eine Form inszeniert den Wunsch, jemand zu sein, so offen wie das Musical. Seine Stoffe erzählen unermüdlich von Außenseitern, die endlich gesehen werden – vom Mädchen aus der Provinz bis zum verkannten Talent. Dass Millionen mitfiebern, verrät, wie sehr dieser Wunsch geteilt wird. Die Bühne ist eine Projektionsfläche für das eigene, leisere Warten: einmal im Scheinwerfer stehen und hören, dass man genügt.

5.4 Der Sport: das Stadion als Verstärker

Im Stadion verschmelzen individuelle und kollektive Anerkennung. Der einzelne Spieler erntet Bewunderung, doch die eigentliche Wucht liegt im gemeinsamen Gesehenwerden Zehntausender, die zur selben Hymne aufstehen. Zugehörigkeit und Würdigung fallen für neunzig Minuten in eins – daher die fast religiöse Sprache von der „Kathedrale“ und vom „Wunder“. Doch derselbe Verstärker kann zermalmen. Als die Turnerin Simone Biles bei den Olympischen Spielen 2021 in Tokio Wettkämpfe absagte und die Tennisspielerin Naomi Osaka sich im selben Jahr von den French Open zurückzog, beide mit Verweis auf ihre psychische Gesundheit, machten sie sichtbar, was öffentliche Bewunderung an Last auflädt.²⁷ Wer ständig vor Millionen geschätzt wird, dessen Wert hängt an einem besonders volatilen Kurs. Der Sport führt damit das ganze Drama des Essays im Zeitraffer vor: Anerkennung als Flügel und als Bürde.

5.5 Die Schattenseite: Ruhm, Neid, Vergänglichkeit

Der Ruhm ist flüchtig, und die Kehrseite der Bewunderung ist der Neid. Die Kunst weiß das am besten: Unzählige Werke handeln vom Absturz der Gefeierten, vom Star, den das Publikum erst trägt und dann fallen lässt. Anerkennung, die nur am Erfolg hängt, ist ein Haus auf Sand – sie schwindet mit der nächsten Saison, dem nächsten Werk, der nächsten Schlagzeile. Wer nur vom Applaus lebt, verhungert in der Stille zwischen den Vorstellungen.

6. Die Ökonomie der Anerkennung

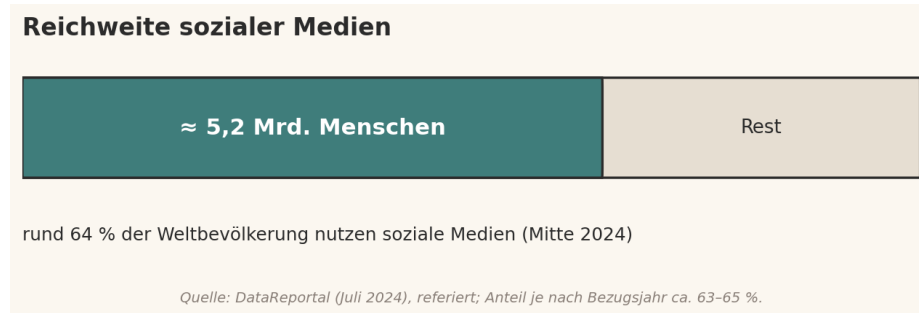
6.1 Aufmerksamkeit als knappes Gut

Schon 1971 sah der Nobelpreisträger Herbert Simon die heutige Lage voraus: In einer Welt, die von Information überquillt, werde Aufmerksamkeit zum eigentlich knappen Gut – ein Reichtum an Information erzeuge eine Armut an Aufmerksamkeit.²⁸ Genau diese Knappheit ist zum Geschäft geworden. Heute nutzen rund fünf Milliarden Menschen – etwa zwei Drittel

²⁷Simone Biles (Tokio 2021) und Naomi Osaka (French Open 2021) – öffentlich dokumentiert.

²⁸Herbert A. Simon, „Designing Organizations for an Information-Rich World“ (1971), S. 40 f.

der Weltbevölkerung – soziale Medien,²⁹ und um ihre Aufmerksamkeit konkurrieren die Plattformen mit allen Mitteln.



Reichweite sozialer Medien: rund zwei Drittel der Menschheit.

Der Rechtswissenschaftler Tim Wu nennt sie treffend „Aufmerksamkeitshändler“: Ihr Produkt sind nicht Bilder oder Nachrichten, sondern die gebündelte Aufmerksamkeit ihrer Nutzer, verkauft an Werbetreibende.³⁰ Wertschätzung – das Gesehenwerden – ist damit zum Rohstoff einer Billionenindustrie geworden.

6.2 Der Like als Währung – und das Geschäftsmodell dahinter

Der „Gefällt mir“-Knopf ist kein neutrales Werkzeug, sondern eine geniale Erfindung der Aufmerksamkeitsökonomie. Er übersetzt das uralte Verlangen nach Anerkennung in eine zählbare Größe und macht es damit messbar, vergleichbar, steigerbar. Weil das Belohnungssystem auf jede Zahl reagiert (siehe Kapitel 4.4) und die Belohnung unregelmäßig kommt, bindet er die Aufmerksamkeit besonders fest. Aus der Sicht des Anbieters ist das ideal: Je mehr ein Mensch auf Bestätigung wartet, desto länger bleibt er. Der Like ist die kleinste Münze einer Währung, deren Kurs die Plattform kontrolliert.

6.3 Statuskonsum: Veblen und das teure Zeichen

Dass Menschen für Anerkennung zahlen, ist älter als das Internet. Schon 1899 prägte der Ökonom Thorstein Veblen den Begriff des „demonstrativen Konsums“ (*conspicuous consumption*): Die wohlhabende Klasse kaufe teure Güter nicht wegen ihres Nutzens, sondern als sichtbares Zeichen von Status.³¹ Die Handtasche, die Uhr, der Wagen sind, ökonomisch betrachtet, Anerkennungsmaschinen – sie übersetzen Geld in Ansehen. Das erklärt, warum Luxus sich gerade dadurch verkauft, dass er teuer ist: Der Preis ist die Botschaft. Hier schließt sich der Kreis zur Etymologie auf unheimliche Weise: Wo der Mensch seinen Wert nicht zugesprochen bekommt, kauft er sich ein Preisschild.

6.4 Anerkennung als Produkt: die Recognition-Industrie

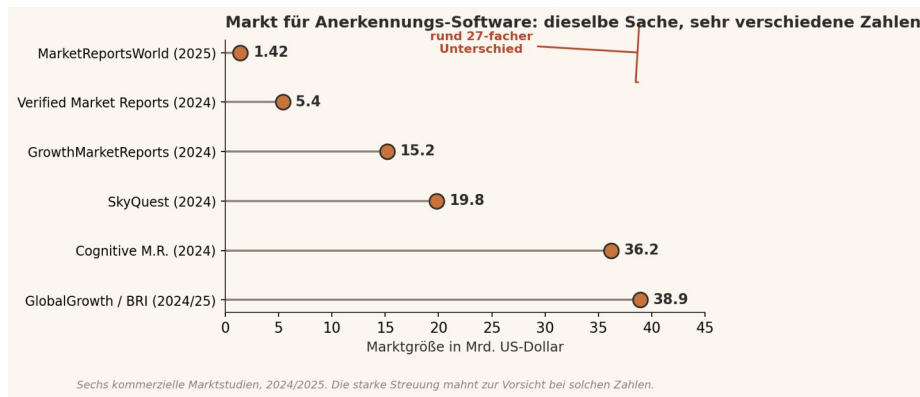
Inzwischen verkaufen ganze Branchen „Wertschätzung“ als Software. Plattformen wie Workhuman, Bonusly oder Achievers, dazu Module von Microsoft und Workday, organisieren das Loben in Unternehmen per App – mit Punkten, Abzeichen und Bestenlisten. Wie groß dieser Markt ist, lässt sich allerdings kaum seriös beziffern: Die kommerziellen Marktstudien für 2024/2025 reichen von gut einer bis fast vierzig Milliarden US-Dollar – ein rund 27-facher Unterschied für dieselbe Sache.³² Schon das ist eine Lehre über Statistik: Wo Zahlen ein Geschäft stützen sollen, ist Skepsis angebracht.

²⁹DataReportal (Juli 2024), referiert über Medium (Sekundärquelle): ca. 5,17 Mrd. Nutzende.

³⁰Tim Wu, *The Attention Merchants* (2016).

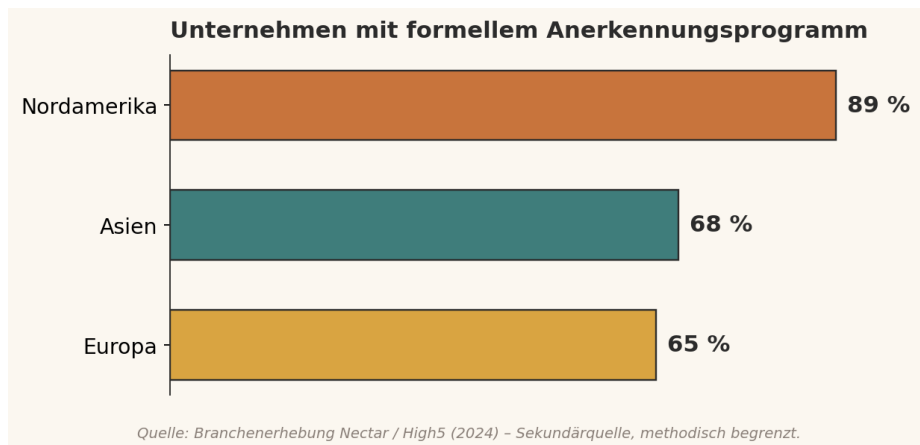
³¹Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class* (1899) – conspicuous consumption.

³²Markt für Employee-Recognition-Software, zweistelliger Mrd.-Bereich USD (schwankende Schätzungen).



Marktschätzungen für Anerkennungs-Software – dieselbe Sache, sehr verschiedene Zahlen.

Unstrittiger als die Geldsumme ist die regionale Verteilung. Das systematische Loben per Programm ist dort am weitesten verbreitet, wo die Arbeitskultur es früh institutionalisiert hat: Einer Branchenerhebung zufolge unterhalten 89 % der nordamerikanischen Unternehmen formelle Anerkennungsprogramme, gegenüber 68 % in Asien und 65 % in Europa.³³



Anerkennungsprogramme nach Region.

Das ist eine zweischneidige Entwicklung. Einerseits zeigt es, dass Organisationen den Wert der Anerkennung erkannt haben; andererseits droht genau hier die Verkehrung: Lob, das ein System automatisch ausschüttet, kann ebenso hohl werden wie ein automatischer Like.

6.5 Die Creator-Ökonomie: wenn Bestätigung zum Beruf wird

In der „Creator-Ökonomie“ ist das Verlangen nach Aufmerksamkeit selbst zum Beruf geworden: Hunderte Millionen Menschen produzieren Inhalte, deren Erfolg sich in Reichweite und damit in Einkommen übersetzt. Für einen schmalen Spitzenkreis bedeutet das Reichtum; für die große Mehrheit eine ständige, unbezahlte Jagd nach dem Algorithmus. Das Bemerkenswerte ist die Verschmelzung zweier Sphären, die früher getrennt waren: Hier ist Anerkennung zugleich seelisches Bedürfnis *und* Geschäftsmodell. Wer „nur“ aus Freude postet, konkurriert unbemerkt mit Profis, deren Lebensunterhalt an derselben Bestätigung hängt – ein ungleiches Spiel, das die emotionale Wucht des Like-Wartens noch verstärkt.

7. Stimmen der Gegenwart:

7.1 Was Prominente über Ruhm sagen

Niemand kann das Versprechen der Anerkennung gründlicher prüfen als jene, die es

³³Branchenerhebung (Nectar/High5, 2024): Anerkennungsprogramme nach Region (Sekundärquelle).

eingelöst haben. Der Schauspieler Jim Carrey hat einen oft zitierten Satz geprägt: Jeder solle einmal reich und berühmt werden und sich alle Träume erfüllen – um zu erkennen, dass es nicht die Antwort ist.³⁴ In seiner Abschlussrede an der Maharishi University 2014 wurde er noch deutlicher und warnte: „Your need for acceptance can make you invisible in this world.“³⁵ Das Bedürfnis nach Annahme, sagt einer, der mehr Annahme bekam als fast jeder andere, kann einen Menschen unsichtbar machen – weil er sich an das Bild anpasst, das andere belohnen. Solche Stimmen sind kein Beweis, aber ein gewichtiges Zeugnis: Der Gipfel der Bestätigung stillt das Verlangen nicht, sondern entlarvt es.

7.2 Die Dankbarkeits- und Wertschätzungsindustrie

Parallel dazu ist eine riesige Ratgeber- und Coachingbranche entstanden, die Wertschätzung und Dankbarkeit zum Programm macht. Manches davon ruht auf solider Forschung. Die Psychologen Robert Emmons und Michael McCullough zeigten 2003 in einer kontrollierten Studie, dass Menschen, die regelmäßig aufschrieben, wofür sie dankbar sind, höheres Wohlbefinden berichteten als Vergleichsgruppen – am deutlichsten beim positiven Affekt, wenn auch nicht über alle Maße hinweg.³⁶ Im Arbeitsleben wurde der Bestseller-Gedanke der „Sprachen der Wertschätzung“ populär: Menschen fühlten sich auf verschiedene Weise gewürdigt – durch Worte, Zeit, Hilfe –, und gutes Loben treffe die richtige „Sprache“.³⁷ Der berechnete Kern: Anerkennung lässt sich lernen und üben.

7.3 Die Schattenseite des Positiven: toxische Positivität und der Selbstwert-Kult

Doch die Industrie hat eine Schattenseite, und ein abwägender Überblick muss sie benennen. In den 1980er- und 1990er-Jahren entstand vor allem in den USA eine Selbstwert-Bewegung, die Kindern um jeden Preis ein hohes Selbstwertgefühl einimpfen wollte. Eine vielbeachtete Übersicht von Roy Baumeister und Kollegen prüfte 2003 die Annahmen dieser Bewegung und kam zu einem ernüchternden Ergebnis: Hohes Selbstwertgefühl verursacht keineswegs bessere Leistungen; die Zusammenhänge mit Schulerfolg sind schwach und keine Einbahnstraße.³⁸ Pauschales Dauerlob erzeugt also nicht Stärke, sondern bestenfalls Abhängigkeit, schlimmstenfalls einen brüchigen Narzissmus. Verwandt ist die Kritik an der „toxischen Positivität“ – dem Druck, immer gut drauf zu sein –, die echte Sorgen überdeckt, statt sie ernst zu nehmen. Wertschätzung wird hier zur Pflichtübung und verliert damit genau das, was sie wirksam macht: ihre Ehrlichkeit.

7.4 Wie das Thema die Medien beherrscht

Kaum ein gesellschaftliches Thema beherrscht die Schlagzeilen so sehr wie die Frage, was die ständige digitale Bewertung mit uns macht – besonders mit Jugendlichen. Der Sozialpsychologe Jonathan Haidt argumentierte 2024 in seinem Bestseller *The Anxious Generation*, Smartphones und soziale Medien hätten die Kindheit „neu verdrahtet“ und seit etwa 2010 eine Epidemie von Angst und Depression ausgelöst, die Mädchen besonders treffe.³⁹ Sein Buch löste eine politische Welle aus – bis hin zu Handyverböten an Schulen. Doch hier ist Vorsicht und Fairness geboten: Eine Reihe von Fachleuten, darunter die Psychologin Candice Odgers und der Meta-Analytiker Christopher Ferguson, hält die Belege

³⁴Jim Carrey über Reichtum und Ruhm (dokumentiert seit Dez. 2005; Quote Investigator).

³⁵Jim Carrey, Commencement Address, Maharishi University of Management, 2014.

³⁶Emmons & McCullough, „Counting Blessings Versus Burdens“, *JPSP* 84(2) 2003, S. 377–389.

³⁷Gary Chapman & Paul White, *The 5 Languages of Appreciation in the Workplace* (2011).

³⁸Baumeister, Campbell, Krueger & Vohs, *Psychological Science in the Public Interest* 4(1) 2003, S. 1–44.

³⁹Jonathan Haidt, *The Anxious Generation* (2024).

für weit weniger eindeutig; Korrelation sei nicht Kausalität, und die Effektstärken seien klein.⁴⁰ Unstrittiger ist die Besorgnis der Gesundheitsbehörden: Der US-Surgeon-General gab 2023 eine offizielle Warnung zu sozialen Medien und der psychischen Gesundheit Jugendlicher heraus.⁴¹ Die Wahrheit liegt vermutlich in der Mitte – soziale Medien sind ein Verstärker bestehender Verletzlichkeiten, kein alleiniger Schuldiger.

7.5 Ist Wertschätzung eine christliche Mode? Was die Medien sagen

Eng mit dem Boom des Wortes (Kapitel 1.6) hängt eine Frage zusammen, die in Feuilletons wie in Kirchenblättern wiederkehrt: Ist die Wertschätzung eine christliche Mode?

Aufschlussreich ist gerade die Verneinung. Zwar hat die *Sache* – der unbedingte Wert jedes Menschen – tiefe religiöse Wurzeln (Kapitel 3 und 10.3): Gottebenbildlichkeit und Nächstenliebe stehen Pate für den Gedanken, dass ein Mensch zählt, bevor er etwas leistet. Doch das *Modewort* selbst ist überwiegend säkular. Es stammt aus Management, Coaching und Psychologie, nicht aus der Predigt, und die Medien behandeln es entsprechend: als Führungsaufgabe, Motivationsinstrument und Imagebroschüren-Floskel.⁴²

Bemerkenswert ist, dass ausgerechnet aus den Kirchen Skepsis kommt. In einer evangelischen Morgenandacht bekennt der Autor, ihm behage der Begriff nicht: Man schmecke den Beigeschmack, dass der Wert eines Mitarbeiters geschätzt werde, weil man mit Mehrwert rechne. Wertschätzung sei „etwas Anderes als unschuldige Menschenliebe“; sie trage meist ein „um zu“ im Gepäck – Optimierung, Motivierung, Qualitätssicherung.⁴³ Damit ist die Pointe benannt: Die moderne Wertschätzung ist weniger eine christliche Mode als eine säkulare Nachfolgerin der Nächstenliebe – sie übernimmt deren Wärme, oft ohne deren Bedingungslosigkeit. Wo die christliche Liebe gratis ist (Kapitel 10.3), rechnet die betriebliche Wertschätzung mit Ertrag. Erich Fromms Unterscheidung von Haben und Sein (Kapitel 8.3) trifft genau hier: Eine Wertschätzung mit einem „um zu“ bleibt im Modus des Habens. Die Frage ist deshalb nicht, ob das Wort fromm oder weltlich ist, sondern ob es den Menschen meint – oder seinen Mehrwert.

7.6 Vom Kindergottesdienst zur Großveranstaltung: Willow Creek und Gebetshaus

Wer fragt, ob Wertschätzung eine christliche Mode sei, kommt an der lebendigen Frömmigkeitsszene nicht vorbei – denn dort ist der „Wert“ des Menschen allgegenwärtig, vom Kleinen bis zum Großen. Schon im Kindergottesdienst lernt das Kind den Grundsatz: Du bist von Gott gewollt und geliebt, bevor du irgendetwas leistest. Im Großen aber zeigen sich zwei sehr verschiedene Spielarten, und beide füllen Messehallen.

Die eine kommt aus der Leitungskultur. Der alle zwei Jahre veranstaltete Willow-Creek-Leitungskongress zieht im deutschsprachigen Raum 10.000 bis 12.000 Mitarbeitende aus Landes- und Freikirchen an.⁴⁴ Sein Vokabular ist das guter Führung: Leiter sollen unterstützen, wertschätzen und ermutigen; man wolle „auf Augenhöhe und in gegenseitiger Wertschätzung“ unterwegs sein. Hier wandert die Wertschätzung der Management-Literatur in die Gemeinde ein – mitsamt ihrer Tücke. Ausgerechnet diese Bewegung erlebte 2018 ihre tiefste Krise, als gegen ihren Gründer Bill Hybels Vorwürfe sexuellen und Macht-

⁴⁰Kritik: Candice Odgers (*Nature* 2024); Christopher J. Ferguson, Meta-Analyse (2024/25).

⁴¹U.S. Surgeon General, *Social Media and Youth Mental Health. Advisory* (2023).

⁴²„9 Floskeln ...“, Egger & Lerch – „Wertschätzung“ als Worthülse in Unternehmenstexten.

⁴³„Wertschätzung“, Morgenandacht, rundfunk.evangelisch.de (2017) – kirchlicher Einwand gegen das instrumentelle „um zu“.

⁴⁴Willow Creek Deutschland, Leitungskongress (~10.000–12.000 Teiln.); Leitungs-Wertschätzung (Maxwell; Eggers); Vorwürfe gegen B. Hybels 2019 als glaubwürdig eingestuft.

Fehlverhaltens laut wurden, die ein Untersuchungsbericht 2019 als glaubwürdig einstufte; sein Führungsstil sei als brüsk und herablassend beschrieben worden.⁴⁵ Eine Bewegung, die das Wertschätzen lehrte, musste erfahren, dass programmatische Wertschätzung und der wirkliche Schutz von Menschen zweierlei sind.

Die andere Spielart kommt aus der Spiritualität. Das Gebetshaus Augsburg um den Theologen Johannes Hartl füllt mit seiner MEHR-Konferenz seit Jahren die Hallen mit 11.000 bis 12.000 vor allem jungen Menschen.⁴⁶ Ihre Kernbotschaft ist nicht Leitung, sondern Geliebtsein: „Du bist im Tiefsten von Gott geliebt und angenommen“; eine „Kultur der Wertschätzung“ zählt Hartl ausdrücklich zu den Grundwerten des Hauses.⁴⁷ Das ist Wertschätzung als Gnade, nicht als Technik – dem Schlusskapitel (10.3) sehr nahe. Doch auch sie hat ihre Kritiker: Der Soziologe Armin Nassehi etwa bemängelt eine „Reduktion auf Ästhetik und Emotionalität“, und Medien sprechen von Kirche als Pop-Ereignis.⁴⁸ Die Gefahr ist hier nicht das „um zu“, sondern dass der zugesprochene Wert zum bloßen Event-Gefühl verflacht.

So spiegeln die beiden größten christlichen Veranstaltungen genau die Spannung, um die dieses ganze Essay kreist. Willow Creek neigt zur Wertschätzung als Leitungs- und Leistungstechnik (dem Preis-Pol, dem „Haben“ aus Kapitel 8.3); das Gebetshaus zur Wertschätzung als bedingungslosem Geliebtsein (dem Würde-Pol, dem „Sein“) – jede mit ihrer eigenen Versuchung, ins Instrumentelle oder ins bloß Emotionale zu kippen. Die Antwort auf die Ausgangsfrage lautet also: Der unbedingte Wert des Menschen ist tatsächlich ein zutiefst christlicher Gedanke und keine bloße Mode; aber als Mode kann er auch in der Kirche zweierlei verfehlen – die Person, die er eigentlich meint.

7.7 Eine Abwägung: Hilft der Hype – oder schadet er?

Was folgt aus all den Stimmen, Programmen und Schlagzeilen? Eine doppelte Antwort. Der Hype hilft, insofern er ein lange unterschätztes Bedürfnis ins Licht rückt und zeigt, dass Wertschätzung lern- und gestaltbar ist. Er schadet, wo er Anerkennung zur Floskel, zur Pflicht oder zur verkäuflichen Ware macht – und wo er suggeriert, ein Mensch müsse sich erst „gut genug“ fühlen, um etwas wert zu sein. Die Unterscheidung, die sich durch das ganze Essay zieht, hilft auch hier: Echte Wertschätzung würdigt den Menschen, sie verkauft ihm nicht ein besseres Gefühl. Sie ist eine Haltung, kein Produkt.

8. Deutsche Stimmen

Die Sehnsucht nach Anerkennung ist kein Import. Gerade der deutschsprachige Raum hat einige der wichtigsten Begriffe und Einsichten zu diesem Thema hervorgebracht – von der Philosophie über die Dichtung bis in die heutige Hirnforschung, und festgehalten bis ins Verfassungsrecht. Diese Stimmen verdienen es, eigens gehört zu werden, denn sie geben dem ganzen Essay sein begriffliches Rückgrat.

8.1 Die Erfindung der Begriffe: Hegel und Kant

Der Begriff der „Anerkennung“, der dieses Essay durchzieht, ist zu großen Teilen eine deutsche Prägung. Georg Wilhelm Friedrich Hegel machte ihn in der *Phänomenologie des*

⁴⁵Willow Creek Deutschland, Leitungskongress (~10.000–12.000 Teiln.); Leitungs-Wertschätzung (Maxwell; Eggers); Vorwürfe gegen B. Hybels 2019 als glaubwürdig eingestuft.

⁴⁶Gebetshaus Augsburg / MEHR-Konferenz (J. Hartl): Botschaft des Geliebtseins, „Kultur der Wertschätzung“; Kritik (A. Nassehi: „Reduktion auf Ästhetik und Emotionalität“).

⁴⁷Gebetshaus Augsburg / MEHR-Konferenz (J. Hartl): Botschaft des Geliebtseins, „Kultur der Wertschätzung“; Kritik (A. Nassehi: „Reduktion auf Ästhetik und Emotionalität“).

⁴⁸Gebetshaus Augsburg / MEHR-Konferenz (J. Hartl): Botschaft des Geliebtseins, „Kultur der Wertschätzung“; Kritik (A. Nassehi: „Reduktion auf Ästhetik und Emotionalität“).

Geistes (1807) zum Schlüssel: Im berühmten Kapitel über Herr und Knecht zeigt er, dass ein Selbstbewusstsein erst dadurch zu sich selbst kommt, dass ein anderes es anerkennt – das Ich entsteht in der Bewegung wechselseitigen Anerkennens.⁴⁹ Axel Honneths „Kampf um Anerkennung“ (Kapitel 4.3) nimmt genau diesen Hegelschen Faden wieder auf. Den Gegenbegriff hatte schon zwei Jahrzehnte früher Immanuel Kant geliefert. In der *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten* (1785) trennt er messerscharf, was dieses Essay als Preis und Würde unterscheidet: Was einen Preis habe, sei ersetzbar; was über allen Preis erhaben sei und „kein Äquivalent verstatet, das hat eine Würde“.⁵⁰ Kant gibt damit die philosophische Begründung dafür, dass ein Mensch nie bloß geschätzt – also bepreist – werden darf, sondern eine Würde besitzt, die jeder Schätzung vorausliegt.

8.2 Vom Grundgesetz zur Gegenwart: Theodor Heuss

Aus Kants Gedanken wurde Verfassungsrecht. „Die Würde des Menschen ist unantastbar“, stellt das Grundgesetz 1949 an seinen Anfang (Kapitel 1.4). Wie offen dieser Satz gemeint war, brachte der erste Bundespräsident Theodor Heuss auf eine berühmte Formel: Die Menschenwürde sei eine „nicht interpretierte These“, die der eine theologisch, der andere philosophisch, der dritte ethisch auffassen möge.⁵¹ Das ist klüger, als es klingt. Heuss wollte den Satz gerade nicht auf eine einzige Begründung festnageln – ob Gottebenbildlichkeit, Vernunftnatur oder gegenseitige Achtung –, damit er für alle gilt, gleich woran sie glauben. Bemerkenswert ist, dass eine der klassischen Deutungen die Würde genau dort verankert, wo dieses Essay sie sieht: in der wechselseitigen Anerkennung, die die Menschen einander schulden. Die Politik hat damit, ohne es Wertschätzung zu nennen, deren härtesten Kern rechtlich abgesichert.

8.3 Das Ich entsteht am Du: Buber, Fromm, Rosa

Eine eigene deutschsprachige Linie betont, dass der Mensch sich nicht aus sich selbst, sondern in Beziehung gewinnt. Der Religionsphilosoph Martin Buber fasste das 1923 in *Ich und Du* in einen Satz, der bis heute nachhallt: „Der Mensch wird am Du zum Ich“; alles wirkliche Leben sei Begegnung.⁵² Buber unterscheidet die Ich-Du-Beziehung, in der ich den anderen als Gegenüber achte, von der Ich-Es-Beziehung, in der ich ihn zum Ding, zum Mittel, zum Preis herabsetze – die genaue Spannung dieses Essays. Erich Fromm zog daraus in *Haben oder Sein* (1976) eine Diagnose der Moderne: Der Mensch des „Habens“ misst seinen Wert an Besitz, Erfolg und Wirkung; der Mensch des „Seins“ ruht in dem, was er ist.⁵³ Wer seinen Wert an Likes hängt, lebt im Modus des Habens. Und der Jenaer Soziologe Hartmut Rosa bündelte diese Tradition in *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung* (2016): Ob ein Leben gelingt, hänge davon ab, ob unsere Beziehungen zu uns selbst, zu anderen und zur Welt „resonant“ sind – ob die Welt uns antwortet – oder ob sie verstummen und in Entfremdung kippen.⁵⁴ Rosa selbst versteht Resonanz als Oberbegriff, der Honneths Anerkennung einschließt.

8.4 Was das Gehirn braucht: der Neurobiologe Joachim Bauer

Was Philosophen erdachten, prüft die Hirnforschung. Der deutsche Neurobiologe und Arzt Joachim Bauer hat die Befunde zusammengetragen: Die Motivationssysteme des Gehirns –

⁴⁹Hegel, *Phänomenologie des Geistes* (1807), Kap. IV – Ursprung des Begriffs „Anerkennung“.

⁵⁰Kant, *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten* (1785), 2. Abschnitt – Preis vs. Würde.

⁵¹Theodor Heuss, „nicht interpretierte These“ zur Menschenwürde; bpb / APuZ, „Würde“.

⁵²Martin Buber, *Ich und Du* (1923), S. 11 f.

⁵³Erich Fromm, *Haben oder Sein* (1976).

⁵⁴Hartmut Rosa, *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung* (2016).

sie arbeiten mit Botenstoffen wie Dopamin, körpereigenen Opioiden und Oxytocin – würden, so Bauer, am stärksten dadurch aktiviert, dass ein Mensch sich von seinesgleichen gesehen, respektiert und sozial angenommen erlebt; ein freundlicher Blick genüge bereits.⁵⁵ Umgekehrt gelte: „Ohne zwischenmenschliche Beziehung gibt es keine Motivation“; anhaltende Ausgrenzung und Missachtung lasse die Motivationssysteme regelrecht zusammenbrechen.⁵⁶ Damit liefert Bauer die biologische Unterseite der ganzen Geschichte – und eine nüchterne Erklärung für die Wucht des Like-Effekts aus Kapitel 4.4: Das Verlangen, gesehen zu werden, ist im Belohnungssystem verankert. (Manche evolutionären Thesen Bauers sind in der Fachwelt umstritten; seine Kernaussage zur Bedeutung der Zuwendung für die Motivation ist es nicht.)

8.5 Die kritischen Dichter: Schiller und Nietzsche

Zwei deutsche Klassiker mahnen zur Vorsicht. Friedrich Schiller stellte in seinem Epigramm „Würde des Menschen“ eine unbequeme Frage: Bevor man über die Würde des Hungernden rede, solle man ihm zu essen und zu wohnen geben – „habt ihr die Blöße bedeckt, gibt sich die Würde von selbst“.⁵⁷ Das ist beinahe ein Vorgriff auf die Umverteilungsfrage (Kapitel 10.1): Würde braucht ein materielles Fundament; man kann sie nicht herbeireden, wo das Nötigste fehlt. Friedrich Nietzsche wiederum sezierte das Verlangen nach Bestätigung schärfer als jeder andere. In *Jenseits von Gut und Böse* (1886) beschreibt er die Eitelkeit: Der Eitle freue sich über jede gute Meinung, die er höre, und leide unter jeder schlechten – „denn er unterwirft sich beiden“.⁵⁸ Der gemeine Mensch, so Nietzsche bissig, sei jahrhundertlang nur das gewesen, was er bei anderen galt: sein Wert das, was andere ihm zumaßen. Das ist, lange vor dem Like-Zähler, die genaue Diagnose der geliehenen Selbstachtung – und ein Plädoyer, den eigenen Wert nicht ans fremde Urteil zu hängen.

9. Wirkung: Wenn es fehlt – und wenn es zu viel wird

9.1 Die Wunde der Missachtung

Honneth dachte seine Theorie bewusst von der Negativseite: Was Anerkennung ist, zeige sich am deutlichsten in der Erfahrung der Missachtung.⁵⁹ Wer übersehen, entwertet oder beschämt wird, erleidet keine bloße Kränkung, sondern einen Angriff auf das Selbstverhältnis. Darum sitzt eine herabsetzende Bemerkung manchmal jahrelang fest, während tausend Komplimente verfliegen. Fehlende Wertschätzung ist keine Lappalie – sie ist eine soziale Wunde.

9.2 Das stille Ausbrennen am Arbeitsplatz

Nirgends ist die Lücke besser vermessen als am Arbeitsplatz. Die Zahlen sind ernüchternd und seit Jahren stabil. Nur rund 22 % der Beschäftigten sagen, sie erhielten das richtige Maß an Anerkennung – ein Wert, der sich seit 2022 nicht bewegt hat;⁶⁰ weltweit fühlen sich laut Gallup nur etwa 23 % bei der Arbeit wirklich engagiert; und mehr als die Hälfte erhält gar keine wirksame Anerkennung.⁶¹ Anerkennung ist also nicht etwa im Überfluss vorhanden, sondern Mangelware.

⁵⁵ Joachim Bauer, *Prinzip Menschlichkeit* (2006); *Schmerzgrenze* (2011).

⁵⁶ Joachim Bauer, *Prinzip Menschlichkeit* (2006); *Schmerzgrenze* (2011).

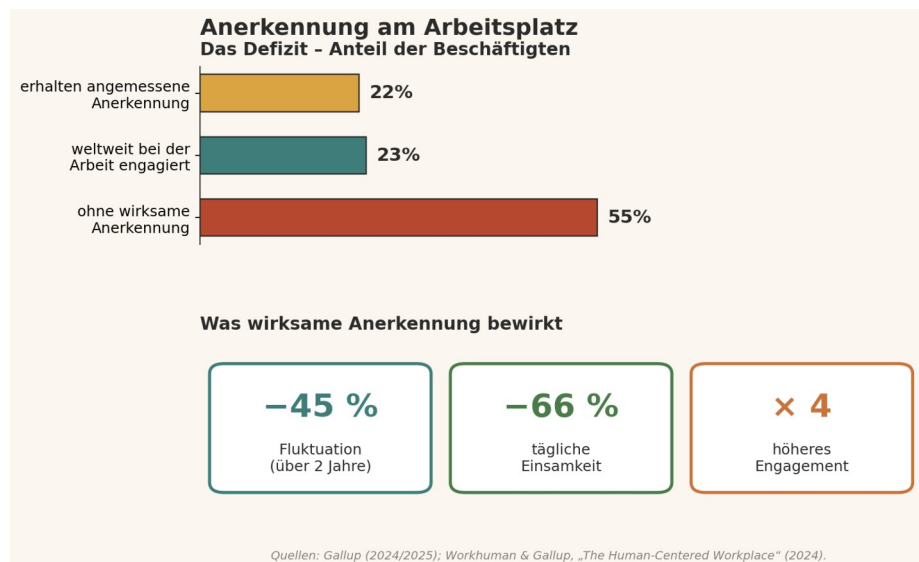
⁵⁷ Friedrich Schiller, Epigramm „Würde des Menschen“ (1796).

⁵⁸ Nietzsche, *Jenseits von Gut und Böse* (1886), § 261 (Eitelkeit).

⁵⁹ Honneth, *Kampf um Anerkennung*, Suhrkamp 1992 (Liebe, Recht, Solidarität; Missachtung).

⁶⁰ Gallup (2024/2025): ca. 22 % erhalten angemessene Anerkennung; fünf Merkmale wirksamer Anerkennung.

⁶¹ Workhuman & Gallup, *The Human-Centered Workplace* (2024): 45 % weniger Fluktuation, 55 % ohne wirksame Anerkennung, 66 % seltener Einsamkeit.



Anerkennung am Arbeitsplatz: das Defizit und die Wirkung in Zahlen.

Den Kosten des Mangels stehen messbare Erträge wirksamer Anerkennung gegenüber, und sie reichen weit über die Stimmung hinaus. Beschäftigte, die hochwertig gewürdigt werden, kündigen über zwei Jahre um 45 % seltener, berichten um 66 % seltener von täglicher Einsamkeit und sind bis zu viermal häufiger engagiert.⁶² Der Klassiker bleibt die Führungskraft, die nie lobt, weil „nicht geschimpft genug gelobt ist“ – und sich dann über die innere Kündigung wundert. Wertschätzung ist kein Bonbon, sondern ein Schutzfaktor.

9.3 Das erste Echo: Familie und Erziehung

Das prägendste Echo erfahren wir in der Familie. Honneth nennt die Sphäre der Liebe den Boden, auf dem das Grundvertrauen wächst.⁶³ Ein Kind, dessen Dasein bejaht wird, lernt sich selbst zu bejahen. Wo dieses Echo ausbleibt, entsteht eine Leerstelle, die spätere Erfolge oft nicht füllen können – man kennt die Erwachsenen, die nie genug Applaus bekommen, weil ein bestimmter, früher Applaus fehlte. Erziehung ist insofern auch eine Schule des Schätzens: Sie lehrt das Kind, was an ihm wertvoll ist, lange bevor es das selbst beurteilen kann.

9.4 Anerkennung am falschen Ort: Sucht und Extremismus

Das Verlangen verschwindet nicht, wenn es unerfüllt bleibt – es sucht sich Umwege. Forschung verbindet ausbleibende Anerkennung mit Suchtverhalten und sozialem Rückzug.⁶⁴ Honneths Erben deuten sogar die Anziehungskraft extremistischer Gruppen als Kompensation: Sie versprechen jenen Zugehörigkeit und Würdigung, denen Familie oder Gesellschaft sie verweigert haben.⁶⁵ Das ist eine ernüchternde Pointe – wer Anerkennung nicht im Guten findet, nimmt sie womöglich im Schlechten. Prävention beginnt deshalb nicht bei Verboten, sondern bei der Frage, wo ein Mensch sich überhaupt gesehen fühlt.

9.5 Das geheuchelte Lob: Schmeichelei als Falschgeld

„Loben zieht nach oben“, sagt eine Redewendung, und sie hat recht – bis zu einem Punkt. Denn Lob lässt sich verderben: durch Inflation und durch Heuchelei. Wer alles großartig findet, dessen Lob wird wertlos, so wie eine Währung an Wert verliert, je mehr man davon druckt.

⁶²Workhuman & Gallup, *The Human-Centered Workplace* (2024): 45 % weniger Fluktuation, 55 % ohne wirksame Anerkennung, 66 % seltener Einsamkeit.

⁶³Honneth, *Kampf um Anerkennung*, Suhrkamp 1992 (Liebe, Recht, Solidarität; Missachtung).

⁶⁴„Axel Honneth's Theory of Recognition“ (Affektdefizit, Sucht, soziale Ablehnung).

⁶⁵„Honneth's Recognition Theory on Extremism“ (Anerkennungsdefizit als Nährboden).

Der treffendste Satz dazu stammt vom Moralisten François de La Rochefoucauld: Schmeichelei sei eine falsche Münze, die nur durch unsere Eitelkeit in Umlauf bleibe.⁶⁶ Das schließt an den Wortsinn an: Wenn schätzen bepreisen heißt, dann ist das geheuchelte Lob Falschgeld – es zahlt mit einem Wert, den es nicht deckt. Daran hängt eine alte Streitfrage der Pädagogik: Soll Anerkennung Vorschuss sein oder Ergebnis? Die plausibelste Auflösung trennt zwei Ebenen, die wir ständig verwechseln: **Würde ist Vorschuss** – sie gilt bedingungslos, vor jeder Leistung. **Lob ist Ergebnis** – es soll ehrlich, konkret und an die Sache gebunden sein. Wer beides vermengt, erzeugt entweder verwöhnte Beliebtheit oder kalten Leistungsdruck. Wer es trennt, kann bedingungslos zusprechen und zugleich ehrlich rückmelden.

10. Was zu tun ist

10.1 Was der Staat kann – und was nicht

Der Staat kann Anerkennung nicht verordnen, aber ihre Bedingungen schützen. Honneths mittlere Sphäre, das Recht, beschreibt genau das: die Würdigung jedes Menschen als gleichen Träger von Rechten.⁶⁷ Hier ist eine ehrliche Debatte fällig. Die Philosophin Nancy Fraser hielt Honneth entgegen, viele Konflikte verlangten nicht nach Anerkennung, sondern nach Umverteilung – ein Hungernder braucht Brot, nicht zuerst Wertschätzung; beide einigten sich, dass moderne Gerechtigkeit beides zugleich leisten muss.⁶⁸ Und der Politikwissenschaftler Francis Fukuyama warnte, eine Politik, die sich allein um Anerkennung dreht, könne in konkurrierende Identitäts- und Kränkungsansprüche zerfallen und Gesellschaften spalten.⁶⁹ Diese Kritik trifft einen wunden Punkt – und zeigt die Lösung: Anerkennung wirkt vergiftend, wo sie als knappe Beute zwischen Gruppen verteilt wird; sie heilt, wo sie als gleiche Würde für alle gilt. Der Staat baut den Boden; die warme Wertschätzung von Mensch zu Mensch kann er ermöglichen, nicht ersetzen. Ein Orden ehrt, doch er wärmt nicht.

10.2 NGOs und Zivilgesellschaft: „Du wirst gebraucht“

Wo der Staat den Boden legt, errichten zivilgesellschaftliche Organisationen die wärmenden Räume – im Ehrenamt, in der Nachbarschaftshilfe, in der Begleitung Einsamer. Ihr Wirkmechanismus lässt sich benennen: das Gefühl, für andere von Bedeutung zu sein, gebraucht und vermisst zu werden. Die andine *minga* und das afrikanische Ubuntu sind im Grunde institutionalisierte Formen dieses Gebrauchtwerdens. Eine Tafel, ein Hospizdienst, ein Sportverein im Brennpunktviertel schaffen dieselbe Erfahrung mitten in der modernen Stadt. Das Bemerkenswerte ist die Richtung: Wer anderen hilft, sucht keine Anerkennung – und bekommt sie gerade dadurch reichlich zurück. Gebrauchtwerden erzeugt Selbstwert, der wiederum die Kraft gibt, andere zu würdigen. Zivilgesellschaft ist die Werkstatt, in der diese Schleife in Gang kommt.

10.3 Die Kirchen und die Weisheitstraditionen: Würde als Vorschuss

Hier liegt die vielleicht radikalste Antwort auf das Warten. Die jüdisch-christliche Tradition entkoppelt den Wert des Menschen vom Preis: Er gründet in der Gottebenbildlichkeit (Genesis 1,27), nicht in der Leistung.⁷⁰ Damit ist Wertschätzung kein Schätzwert mehr,

⁶⁶La Rochefoucauld, *Maximes* (1664), Nr. 158.

⁶⁷Honneth, *Kampf um Anerkennung*, Suhrkamp 1992 (Liebe, Recht, Solidarität; Missachtung).

⁶⁸Fraser / Honneth, *Umverteilung oder Anerkennung?*, Suhrkamp 2003.

⁶⁹Francis Fukuyama, *Identity* (2018).

⁷⁰Genesis 1,27 (Luther 2017); zur Wirkungsgeschichte „Image of God“.

sondern ein Vorschuss. Der Psalm bekennt, der Mensch sei wunderbar gemacht (Psalm 139,14);⁷¹ Paulus stellt jeden Unterschied von Herkunft, Stand und Geschlecht unter die eine Zusage, dass alle eins sind (Galater 3,28).⁷² Gegen diese Idee steht ein gewichtiger Einwand, den man nicht übergehen darf: Hebt ein bedingungsloser Wert nicht jede Verantwortung auf? Die Antwort liegt in der Unterscheidung der zwei Ebenen. Der bedingungslose Wert – theologisch: die Gnade – ist nicht die Abschaffung der Maßstäbe, sondern der tragfähige Boden, auf dem ehrliche Maßstäbe erträglich werden. Wer weiß, dass sein Wert nicht auf dem Spiel steht, kann Kritik hören, ohne zu zerbrechen. Die Gnade nimmt der Leistung nicht den Sinn, sondern den Schrecken.

Aus dieser Gewissheit folgt eine Bewegung nach außen: Tröstet einander und einer erbaue den andern (1. Thessalonicher 5,11); einer komme dem andern mit Ehrerbietung zuvor (Römer 12,10).⁷³ Das Gleichnis vom verlorenen Sohn zeigt den Vater, der dem Heimkehrenden *entgegenläuft* (Lukas 15,20)⁷⁴ – Anerkennung, die nicht abwartet, sondern zugeht. Und diese Bewegung ist nicht christliches Sondergut. Ubuntu's Menschlichkeit, die wir einander schulden, das chinesische Gesicht-Geben, das andine Leben in Fülle und das hinduistische Göttliche im Anderen verorten den Wert ebenso im Beziehungsgefüge statt im Erfolgskonto. Die Religionen geben dieser weltweit geahnten Wahrheit einen letzten Grund: Der Wert des Menschen ist nicht geschätzt, sondern zugesprochen.

10.4 Was die Schule lehren sollte

Schule vermittelt Bruchrechnung und Photosynthese, aber selten das Handwerk der Wertschätzung – obwohl es lehrbar ist:

- **Konkret loben statt pauschal urteilen.** Die Psychologin Carol Dweck unterscheidet zwischen dem Lob der Anstrengung und dem Lob der Begabung; Ersteres ermutigt, Letzteres macht ängstlich, Fehler zu zeigen.⁷⁵ Auch wenn die Effektstärke umstritten ist, bleibt der Kern robust: Pauschallob ist Falschgeld, konkretes Lob ist gedeckte Münze.
- **Zuhören als Fertigkeit.** Aufmerksamkeit ist die Grundform der Achtung; wer zuhört, schätzt bereits.
- **Kritik als Hilfe formulieren.** So, dass sie aufrichtet statt beschämt – die Kunst, einem Menschen Gesicht zu lassen, während man ihm die Sache klar sagt.
- **Digitale Mündigkeit.** Verstehen, wie der Like das Belohnungssystem anspricht (Kapitel 4.4) und wie die Aufmerksamkeitsökonomie davon lebt (Kapitel 6), ist die Voraussetzung, ihr nicht ausgeliefert zu sein.
- **Die Lektion des Wortes selbst.** Dass „schätzen“ einmal „bepreisen“ hieß – und dass man lernen kann, einem Menschen einen Wert zu geben, der kein Preis ist.

10.5 Best Practice: Anerkennung, die wirkt

Die Gallup-Forschung hat herausgearbeitet, woran sich wirksame von wirkungsloser Anerkennung unterscheidet. Beschäftigte, deren Würdigung mehrere dieser Merkmale erfüllt, sind bis zu viermal häufiger engagiert.⁷⁶

⁷¹Psalm 139,14 (Luther 2017).

⁷²Galater 3,28 (Luther 2017).

⁷³1. Thessalonicher 5,11 und Römer 12,10 (Luther 2017).

⁷⁴Lukas 15,20 (Luther 2017).

⁷⁵Carol S. Dweck, *Mindset* (2006); Effektstärke umstritten.

⁷⁶Gallup (2024/2025): ca. 22 % erhalten angemessene Anerkennung; fünf Merkmale wirksamer Anerkennung.

Merkmal	Was es bedeutet
Authentisch	ehrlich gemeint, nicht floskelhaft
Persönlich	auf die konkrete Person zugeschnitten
Gerecht	nicht willkürlich oder von Sympathie abhängig
Eingebettet	Teil der Kultur, nicht Einzelaktion
Bedürfnisgerecht	so, wie der Mensch sie braucht

Eine Ergänzung aus der Weltreise dieses Essays: Anerkennung muss kulturell lesbar sein. Öffentliches Loben ehrt in der einen Kultur und beschämt in der anderen; wer das chinesische „Gesicht“ kennt, weiß, dass die laute Auszeichnung vor versammelter Mannschaft auch danebengehen kann.⁷⁷ Das Schöne aber gilt überall: Keines dieser Merkmale kostet Geld. Ein konkretes, ehrlich gemeintes Wort zur rechten Zeit übertrifft jede Prämie – und es ist, anders als das Falschgeld der Schmeichelei, gedeckt.

Ergebnis: Vom Warten zum Schenken

Fügt man die Fäden zusammen, ergibt sich ein klareres Bild, als die einzelne Szene es zeigte. Das Verlangen, geschätzt zu werden, ist kein Makel, den man sich abtrainieren müsste, sondern ein Grundzug des Menschseins – James, Maslow und Honneth treffen sich in dieser Einsicht aus drei Richtungen,^{78,79,80} und vier Kontinente wie fünf Weltreligionen bestätigen sie aus vielen weiteren. Schon das Wort verrät freilich eine Tücke: Wer nur auf *Schätzung* wartet, wartet auf einen Näherungswert, der nie ganz genügt.

Genau hier liegt die eigentliche Diagnose der Gegenwart. Die Moderne hat ein zutiefst beziehungshaftes Gut – die Anerkennung – genommen und versucht, es zu *quantifizieren*: in Likes, Followern, Sternen, Kennzahlen. Eine ganze Ökonomie lebt heute davon, die Aufmerksamkeit zu bewirtschaften und das Loben als Software zu verkaufen. Damit hat die Moderne, ohne es zu merken, das Wort beim ältesten Wort genommen und die Wertschätzung wieder zu dem gemacht, was sie sprachlich einmal war – ein *Preis*. Ein Preis aber schwankt, und an einen schwankenden Kurs lässt sich kein Leben hängen. Die Krise besteht nicht darin, dass wir Anerkennung brauchen, sondern darin, dass wir sie an der falschen Quelle suchen: im flüchtigen Zähler statt im verlässlichen Gegenüber, im verhandelbaren Preis statt in der zugesprochenen Würde. Nicht zufällig ist „Wertschätzung“ im selben Zeitraum zum Modewort geworden (Kapitel 1.6): Je häufiger das Wort fällt, desto größer die Gefahr, dass es als Floskel verflacht und nicht mehr deckt, was es verspricht. Prominente, die alles erreicht haben, sagen es; die Religionen sagen es seit Jahrtausenden; der Buddhismus rät sogar, das Verlangen selbst loszulassen.

Die Heilung ist deshalb nicht, weniger zu schätzen, sondern die Unterscheidung wiederzugewinnen, die die Weisheit der Welt hütet: zwischen Preis und Würde, zwischen Verdienen und Geschenktbekommen. Die Würde geht voraus und trägt; das Lob folgt und sei ehrlich. Und hier liegt der eigentliche Grund zur Hoffnung – kein Gefühl, sondern eine

⁷⁷Hsien Chin Hu, „The Chinese Concepts of ‚Face‘“, *American Anthropologist* 46(1) 1944, S. 45–64.

⁷⁸William James, *The Letters of William James*, Bd. 2 (1920), S. 33; Brief an die Radcliffe-Klasse, 6.4.1896.

⁷⁹Maslow, „A Theory of Human Motivation“, *Psychological Review* 50 (1943), S. 370–396.

⁸⁰Honneth, *Kampf um Anerkennung*, Suhrkamp 1992 (Liebe, Recht, Solidarität; Missachtung).

Eigenschaft der Sache selbst. Wertschätzung ist eines der wenigen Güter, das sich nicht verbraucht, wenn man es teilt: Wer sie verschenkt, hat danach nicht weniger, sondern oft mehr. Sie wirkt nachweislich – gegen Einsamkeit, gegen Sinnverlust, gegen das stille Ausbrennen⁸¹ – und sie erzeugt jene Schleife der Gegenseitigkeit, die Ubuntu und *ayni* seit Jahrhunderten kennen.

Handlungshinweis – heute, konkret, für jede und jeden:

1. **Sprich es aus.** Sage einem Menschen heute *konkret*, wofür du ihn schätzt – nicht „gut gemacht“, sondern was genau und warum.
2. **Geh zu.** Warte nicht, bis jemand sich meldet. Sei der Vater im Gleichnis, der entgegenläuft.
3. **Gib Gesicht.** Lass einen anderen vor Dritten gut dastehen, statt ihn bloßzustellen – die höflichste Form der Wertschätzung.
4. **Entkopple deinen Wert vom Zähler.** Deine Würde ist Vorschuss, kein Schätzwert. Dein Leben zählt, bevor irgendjemand es liket.
5. **Schaffe einen Ort.** Im Verein, in der Gemeinde, im Team – einen Raum, in dem Menschen gebraucht werden und das erfahren.

Die Welt verändert sich nicht durch eine große Geste, sondern durch Millionen kleiner Worte, die einander tragen. Sie sind, anders als der Like, gedeckt. Fang bei einem an. Heute.

Quellen

Alle Links wurden für diese Ausarbeitung recherchiert; bitte vor einer Veröffentlichung erneut prüfen, da sich URLs ändern. Die belastbarsten Belege sind die Primär- und Fachquellen; einzelne Angaben (Nutzerzahlen, regionale Anteile, Marktgrößen) sind als schwankende oder sekundäre Schätzungen gekennzeichnet.

1. William James, *The Letters of William James*, Bd. 2, Boston 1920, S. 33 (Brief an die Radcliffe-Klasse, 6.4.1896). <https://archive.org/details/lettersofwilliam02jameuoft>
2. DWDS / Etymologisches Wörterbuch (Pfeifer): „schätzen“, „Schatz“, „Schätzung“. <https://www.dwds.de/wb/sch%C3%A4tzen>
3. Online Etymology Dictionary: „appreciate“, „appraise“, „esteem“ (lat. *appretiare, aestimare*). <https://www.etymonline.com/word/appreciate>
4. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Art. 1 Abs. 1 („Die Würde des Menschen ist unantastbar“); vgl. Immanuel Kant, *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten* (1785), zur Unterscheidung von Preis und Würde. https://www.gesetze-im-internet.de/gg/art_1.html
5. John S. Mbiti, *African Religions and Philosophy*, London: Heinemann 1969, S. 215 (Ubuntu); vgl. *umuntu ngumuntu ngabantu*. <https://iep.utm.edu/hunhu-ubuntu-southern-african-thought/>
6. Desmond Tutu, *No Future Without Forgiveness*, London: Rider 1999; James Ogude über den erwiderten Blick (Interview, To The Best Of Our Knowledge / WPR 2019). <https://www.ttbook.org/interview/i-am-because-we-are-african-philosophy-ubuntu>
7. Hsien Chin Hu, „The Chinese Concepts of ‚Face‘“, *American Anthropologist* 46(1), 1944, S. 45–64. <https://www.jstor.org/stable/662926>
8. Lin Yutang, *My Country and My People*, New York 1935, S. 190. <https://archive.org/details/mycountrymypeoploooliny>
9. Ayni / *minga* (andine Reziprozität) und *sumak kawsay* / *buen vivir*: Smithsonian NMAI, „Reciprocity – Andean Style“; Universität Bielefeld, „Buen Vivir, Sumak Kawsay“. <https://americanindian.si.edu/nk360/inka-water/reciprocity/reciprocity> — <https://www.uni-bielefeld.de/einrichtungen/cias/publikationen/wiki/b/buen-vivir-sumak-kawsay.xml>
10. Bibel, Genesis 1,27 (Lutherübersetzung 2017); zur Wirkungsgeschichte der Gottebenbildlichkeit für die Menschenwürde vgl. „Image of God“. <https://www.die-bibel.de/bibel/LU17/GEN.1> —

⁸¹Workhuman & Gallup, *The Human-Centered Workplace* (2024): 45 % weniger Fluktuation, 55 % ohne wirksame Anerkennung, 66 % seltener Einsamkeit.

https://en.wikipedia.org/wiki/Image_of_God

11. Koran, Sure 17,70 („Wir haben die Kinder Adams geehrt“) und Sure 49,13 (der Edelste ist der Gottesfürchtigste). https://en.wikipedia.org/wiki/Human_rights_in_the_Quran
12. Bedeutung von *Namaste* / *Atman–Brahman* im Hinduismus („das Göttliche in mir verneigt sich vor dem Göttlichen in dir“). <https://en.wikipedia.org/wiki/Namaste>
13. *Lokavipatti Sutta* (Anguttara Nikaya 8,6), die acht Weltwinde (Gewinn/Verlust, Ruhm/Schande, Lob/Tadel, Freude/Schmerz); Übers. Thanissaro Bhikkhu. https://www.dhammatalks.org/suttas/AN/AN8_6.html
14. Axel Honneth, *Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1992. <https://www.suhrkamp.de/buch/axel-honneth-kampf-um-erkennung-t-9783518290507>
15. „Recognition, Social and Political“, *Internet Encyclopedia of Philosophy* (Hegel, Mead, Honneth). https://iep.utm.edu/recog_sp/
16. Abraham H. Maslow, „A Theory of Human Motivation“, *Psychological Review* 50 (1943), S. 370–396. <https://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
17. Lauren E. Sherman u. a., „The Power of the Like in Adolescence“, *Psychological Science* 27(7) 2016, S. 1027–1035. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0956797616645673>
18. „What the brain ‚Likes‘“, *Social Cognitive and Affective Neuroscience* 13(7) 2018, S. 699–707 (variable Verstärkung). <https://academic.oup.com/scan/article/13/7/699/5048941>
19. „Review of Gender Differences in How Social Media Use Affects Self-Esteem“ (Literaturüberblick, u. a. Valkenburg u. a. 2022). <https://research-archive.org/index.php/rars/preprint/view/3461>
20. „Young users of social media: an analysis from a gender perspective“, *Frontiers in Psychology* 15 (2024). <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1375983/full>
21. Öffentlich dokumentierte Fälle: Simone Biles (Olympische Spiele Tokio 2021) und Naomi Osaka (French Open 2021) zogen sich mit Verweis auf ihre psychische Gesundheit zurück. https://en.wikipedia.org/wiki/Simone_Biles — https://en.wikipedia.org/wiki/Naomi_Osaka
22. Herbert A. Simon, „Designing Organizations for an Information-Rich World“, in: M. Greenberger (Hg.), *Computers, Communication, and the Public Interest*, Baltimore 1971, S. 40–41 (Aufmerksamkeitsknappheit). https://en.wikipedia.org/wiki/Attention_economy
23. Tim Wu, *The Attention Merchants. The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*, New York: Knopf 2016. https://en.wikipedia.org/wiki/The_Attention_Merchants
24. Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class* (1899), Kap. IV (conspicuous consumption). <https://www.gutenberg.org/ebooks/833>
25. Marktgröße der Employee-Recognition-Software (zweistelliger Milliardenbereich USD, schwankende Schätzungen je nach Anbieter); Vendoren u. a. Workhuman, Bonusly, Achievers. <https://www.skyquestt.com/report/employee-recognition-software-market>
26. Jim Carrey, Aussage über Reichtum und Ruhm (verbreitet seit Dez. 2005; Herkunft dokumentiert). <https://quoteinvestigator.com/2022/11/09/rich-famous/>
27. Jim Carrey, Commencement Address, Maharishi University of Management, 2014 („Your need for acceptance can make you invisible in this world“). <https://www.mum.edu/graduation-2014>
28. Robert A. Emmons & Michael E. McCullough, „Counting Blessings Versus Burdens“, *Journal of Personality and Social Psychology* 84(2) 2003, S. 377–389. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12585811/>
29. Gary Chapman & Paul White, *The 5 Languages of Appreciation in the Workplace*, Chicago: Northfield 2011. <https://www.appreciationatwork.com/>
30. Roy F. Baumeister, Jennifer D. Campbell, Joachim I. Krueger & Kathleen D. Vohs, „Does High Self-Esteem Cause Better Performance ...?“, *Psychological Science in the Public Interest* 4(1) 2003, S. 1–44. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/1529-1006.01431>
31. Jonathan Haidt, *The Anxious Generation*, New York: Penguin Press 2024. <https://www.anxiousgeneration.com/>
32. Kritik an der Kausalitätsthese: Candice Odgers, Buchbesprechung in *Nature* (2024); Christopher J. Ferguson, meta-analytische Überprüfung (2024/25). <https://www.nature.com/articles/d41586-024-00902-2>
33. U.S. Surgeon General, *Social Media and Youth Mental Health. Advisory* (2023). <https://www.hhs.gov/surgeongeneral/priorities/youth-mental-health/social-media/index.html>
34. Gallup, „Employee Recognition: Low Cost, High Impact“ (u. a. 22 %, fünf Merkmale wirksamer Anerkennung). <https://www.gallup.com/workplace/236441/employee-recognition-low-cost-high-impact.aspx>

35. Workhuman & Gallup, *The Human-Centered Workplace* (2024); Pressemitteilung mit Kernzahlen (45 %, 55 %, 66 %). <https://www.businesswire.com/news/home/20240918942631/en/>
36. „Axel Honneth’s Theory of Recognition“: Affektdefizit, Suchtverhalten, soziale Ablehnung. <https://exploringyourmind.com/axel-honneths-theory-of-recognition/>
37. „Honneth’s Recognition Theory on Extremism“: Anerkennungsdefizit als Nährboden. <https://medium.com/@s-blog/introduction-to-axel-honneths-recognition-theory-on-extremism-political-movements-and-7426a1e85f77>
38. François de La Rochefoucauld, *Réflexions ou Sentences et Maximes morales* (1664), Maxime 158. <https://www.dico-citations.com/la-flatterie-est-une-fausse-monnaie-qui-n-a-de-cours-que-par-notre-vanite-la-rochefoucauld-fran-ois-duc-de/>
39. Nancy Fraser / Axel Honneth, *Umverteilung oder Anerkennung? Eine politisch-philosophische Kontroverse*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2003. <https://www.suhrkamp.de/buch/nancy-fraser-umverteilung-oder-anerkennung-t-9783518291849>
40. Francis Fukuyama, *Identity: The Demand for Dignity and the Politics of Resentment*, New York 2018. <https://us.macmillan.com/books/9780374129293/identity>
41. Carol S. Dweck, *Mindset: The New Psychology of Success*, New York: Random House 2006 (Effektstärke in der Replikationsforschung umstritten). <https://www.penguinrandomhouse.com/books/44330/mindset-by-carol-s-dweck-phd/>
42. Bibel, Psalm 139,14 (Lutherübersetzung 2017). <https://www.die-bibel.de/bibel/LU17/PSA.139>
43. Bibel, Galater 3,28 (Lutherübersetzung 2017). <https://www.die-bibel.de/bibel/LU17/GAL.3>
44. Bibel, Lukas 15,20 (Lutherübersetzung 2017). <https://www.die-bibel.de/bibel/LU17/LUK.15>
45. Bibel, 1. Thessalonicher 5,11 und Römer 12,10 (Lutherübersetzung 2017). <https://www.die-bibel.de/bibel/LU17/1TH.5>
46. DataReportal (Juli 2024), referiert über NeuroTechX/Medium 2024 (Sekundärquelle): ca. 5,17 Mrd. Social-Media-Nutzende. <https://medium.com/neurotechx/likes-loops-and-limbic-systems-unveiling-the-neurological-impact-of-social-media-20dbef6b2795>
47. Branchenerhebung zu Anerkennungsprogrammen nach Region, Nectar/High5 2024 (Sekundärquelle). <https://high5test.com/employee-recognition-statistics/>
48. Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Phänomenologie des Geistes* (1807), Kap. IV (Selbstbewusstsein; Herrschaft und Knechtschaft) – Ursprung des Anerkennungsbegriffs. <https://www.marxists.org/deutsch/philosophie/hegel/phaenom/kap4.htm>
49. Immanuel Kant, *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten* (1785), 2. Abschnitt: „Was einen Preis hat ... das hat eine Würde.“ <https://www.projekt-gutenberg.org/kant/sitte/chap003.html>
50. Theodor Heuss, Menschenwürde als „nicht interpretierte These“ (Parlamentarischer Rat); zit. nach G. Frankenberg, „Würde“, bpb / APuZ. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/289228/wuerde/>
51. Martin Buber, *Ich und Du* (1923), Stuttgart: Reclam; „Der Mensch wird am Du zum Ich“; „Alles wirkliche Leben ist Begegnung“ (S. 11 f.). https://de.wikipedia.org/wiki/Ich_und_Du
52. Erich Fromm, *Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft* (1976; dt. 1979). https://de.wikipedia.org/wiki/Haben_oder_Sein
53. Hartmut Rosa, *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*, Berlin: Suhrkamp 2016. [https://de.wikipedia.org/wiki/Resonanz_\(Soziologie\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Resonanz_(Soziologie))
54. Joachim Bauer, *Prinzip Menschlichkeit* (2006) und *Schmerzgrenze* (2011): Beachtung und Zuwendung als stärkster Aktivator der Motivationssysteme. https://de.wikipedia.org/wiki/Joachim_Bauer
55. Friedrich Schiller, Epigramm „Würde des Menschen“ (1796): „... habt ihr die Blöße bedeckt, gibt sich die Würde von selbst.“ <https://www.projekt-gutenberg.org/schiller/gedichte/chap003.html>
56. Friedrich Nietzsche, *Jenseits von Gut und Böse* (1886), § 261 (über die Eitelkeit). <http://www.zeno.org/Philosophie/M/Nietzsche,+Friedrich/Jenseits+von+Gut+und+B%C3%B6se/Neuntes+Hauptst%C3%BCck.+Was+ist+vornehm/261-270>
57. Zur Häufigkeitsentwicklung von „Wertschätzung“: DWDS-Wortverlaufskurven (Zeitungskorpus ab 1946), Werkzeug, <https://www.dwds.de/d/ressources>; „Hochkonjunktur“ des Begriffs in: „Wertschätzung und Kritik – Inflationär verwendete Worthülsen oder wirklich wichtig?“, sifa-sibe.de (2025). <https://www.sifa-sibe.de/sicherheitsingenieur/wertschaetzung-und-kritik-inflationaer-verwendete-worthuelsen-oder-wirklich-wichtig/>
58. „Wertschätzung“, Morgenandacht, rundfunk.evangelisch.de (2017) – kirchlicher Einwand gegen den instrumentellen Gebrauch („um zu“). <https://rundfunk.evangelisch.de/kirche-im-radio/morgenandacht/wertschaetzung-8951>

59. „9 Floskeln, die Sie besser aus Ihren Texten streichen“, Egger & Lerch – „Wertschätzung“ als Worthülse in Unternehmenstexten. <https://www.egger-lerch.at/9-floskeln-die-sie-besser-aus-ihren-texten-streichen>
60. Willow Creek Deutschland, Leitungskongress (zweijährlich, ca. 10.000–12.000 Teilnehmende); Leitungsideal „wertschätzen und ermutigen“ (John C. Maxwell) bzw. „auf Augenhöhe und in gegenseitiger Wertschätzung“ (Ulrich Eggers); Vorwürfe gegen Gründer Bill Hybels 2019 als glaubwürdig eingestuft. <https://www.evangelisch.de/inhalte/155302/01-03-2019/willow-creek-missbrauchsvorwuerfe-gegen-gruender-glaubhaft> — <https://www.evangelisch.de/inhalte/148628/10-02-2018/willow-creek-kongress-endet-postiv>
61. Gebetshaus Augsburg (gegr. 2005, J. & J. Hartl), MEHR-Konferenz (seit 2008, ca. 11.000–12.000 Teilnehmende): Botschaft „Du bist von Gott geliebt und angenommen“, „Kultur der Wertschätzung“ als Grundwert; Kritik u. a. von Armin Nassehi („Reduktion auf Ästhetik und Emotionalität“). <https://de.catholicnewsagency.com/news/14777/mehr-festival-mit-11000-teilnehmern-gebetshaus-augsburg-will-sich-zu-bewegung-entwickeln> — https://de.wikipedia.org/wiki/Gebetshaus_Augsburg