

Serie: «Warum Werte Werte schaffen» Teil 1/7

Für die gemeinsame Mission

Die Rufe nach Wertewandel und funktionierenden Managementsystemen werden lauter, gerade unter dem Aspekt einer Krise. Jetzige Generationen an Unternehmern und Führungskräften sind mit der Globalisierung «gross» geworden. Sie sind konfrontiert mit einem kaum entwirrbaren Dickicht neu definierter Regeln für ein erfolgreiches Wirtschaften in undurchsichtigen und komplexen Märkten. Der weltweite Wettbewerbsdruck verschärft die Bedingungen, unter denen sie arbeiten. Zudem werden sie nicht fürs «Parken» bezahlt sondern für Speed in der Kurve, für Umsatzwachstum, Kostenreduktion, mehr Gewinnausschüttung und all das bitte bis Quartalsende. Ergebnisorientierung schlägt Nachhaltigkeit. Wie kann man dieser Herausforderung Herr und Frau werden? Mit einem Fundament aus Orientierung, Sicherheit und emotionalem Halt? Wagen wir einen kleinen Exkurs in die Welt der BestPerformer.

Wertorientierung und Wertschöpfung, eine Synthese

Es gibt sie, die Unternehmen, die starke Resultate erzielen, ohne erheblichen Verschleiss von Ressourcen. Alles läuft rund, ohne Reibungsverluste, wie geschmiert. Umsätze steigen. Führung und Mitarbeiter sind motiviert, ihr Bestes zu geben. Es macht Spass, am Unternehmenserfolg aktiv mitzuwirken. Kunden und Lieferanten sind vom Unternehmen und dessen Leistungen überzeugt. Stellt sich die Frage: Was haben diese Unternehmen, was andere nicht haben?

Leidenschaft und Begeisterung sind Antriebsfedern

Der kleinste gemeinsame Nenner in diesen Unternehmen ist die Denkhaltung, die Mitverantwortung, Wertschätzung und Qualität vereint. Der Wert «Menschen» in diesen Firmen sind herausragende Persönlichkeiten, Führung und Mitarbeitende gleicherma-



Jede Hürde ist zu meistern, kein Weg unüberwindbar. Foto zVg

ssen. Sie wollen etwas bewegen, den Wert «Unternehmenserfolg». Sie sind kreativ, mutig und bereit, alles zu verändern. Sie sehen Sinn in dem, was zu tun ist und halten sich an die Sache, zum Wohle des Gesamtunternehmens. Es wird mehr experimentiert und somit innoviert, es wird mehr gelacht und alle Ideen und Strategien werden als Einheit mit der Einheit (Team) diskutiert und verabschiedet. Dem gesamten kollektiven Wissen und Leistungspotential wird höchste Aufmerksamkeit geschenkt. Das wichtigste Wort «WIR» ist nicht nur ein Schlagwort sondern Wirklichkeit. Klingt einfach, oder? - ist es aber nicht.

Voraussetzungen für den Erfolg einer BestPerformer Organisation:

- Der Wille und die Erkenntnis, dass diese Art zu wirtschaften die Grundregeln des Geschäftes verändert.
- Das Tätigen von sinnvoller Investitionen regiert der Rotstift, erstickt jeder Anfangserfolg.
- Eine durchgängige Bereitschaft vom CEO bis zur Empfangsdame, neue Wege zu gehen.

- Denkstrukturen müssen auf Vernetzung programmiert werden.
- Soziale Kompetenz kommt ins Spiel als einer der wichtigsten Eckpfeiler zum Erfolg.
- Projektmanagement mit abteilungsübergreifenden oder externen Partnern ist ein Muss.
- Kreative Umsetzungen entstehen gemeinsam mit dem Kunden.
- Kurzfristige Aktionitis verliert zunehmend ihre Gültigkeit und wird ersetzt durch langfristige «Business Pläne».

Und nun zwei der grössten Voraussetzungen für ein BestPerformer- Unternehmen:

1. Die Vision oder attraktives Zukunftsbild

Sie ist notwendig und unabdinglich zur Motivation und Gewinnung von Mitarbeitern. Sie ist der Glaube und die Vorstellungskraft aller Beteiligten, ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Ohne Vision fehlen Orientierung und Sinn. BestPerformer Organisationen brauchen einen ständigen Motor, einen Visionär, der sich die «Sache» zu eigen macht und

ständig mit anderen daran arbeitet, noch bessere Lösungsansätze zu evaluieren.

2. Die Firmenkultur (7 Regeln)

1. Eine Firmenkultur ist nur so gut, wie sie gelebt wird.
2. Jeder Mitarbeiter muss die Werte kennen und auch befähigt werden, diese leben zu können.
3. Die Werte müssen Kontinuität haben. Relevanz auch noch in 10 bis 20 Jahren.
4. Der Mensch muss darin die wesentliche Rolle spielen – nur so ist sichergestellt, dass der Mitarbeiter mit an Bord ist.
5. Firmenkultur kann gute Geschäftsergebnisse ermöglichen, sie ist aber keine Zahl, sie ist immateriell und unfassbar und doch erfolgskritisch
6. Firmenkulturen sind offen nach innen und verschlossen nach aussen. Die Diskussionen werden intern geführt – nach aussen herrscht Einigkeit.
7. Firmenkultur muss allen heutigen Werten Rechnung tragen (Eigenverantwortung, Partnerschaft, usw..).

Quelle E.Geffroy

Grundsätzliches

Der Mensch, sei als Mitarbeiter, Kunde und andere Dialogpartner steht immer im Mittelpunkt. Jeder Mitarbeiter trägt die Selbstverantwortung, gemäss dem aufgestellten Credo zu agieren. Und übrigens, es muss gelebt werden – und zwar von oben: Hat die Führung keine Zeit für Werten, Mitarbeiter oder Kunden, hat der Mitarbeiter keine Zeit für diese Themen, auch nicht für den Kunden und alles verkommt zum Modethema – und dies ist wohl auch das Aus für langfristigen Unternehmenserfolg.

Hinweis: Im nächsten Artikel aus der Reihe «Warum Werte Werte schaffen» vom Donnerstag, 29. März lesen Sie: Welche Werte haben «Wert» - gestern - heute - morgen? In der Gesellschaft, in Unternehmen, im Sport und anderen Interaktionen von Menschen bilden Werte das Fundament für einen positiven Umgang miteinander.

Die Autoren

Sabine Grebien-Stein, Luzern

grebien.performance+ ist die richtig gute Lösung, weil wir Sie noch leidenschaftlicher in ihrem Wirken und Ihr Unternehmen noch stärker in seiner



Position im Markt machen wollen – eben raus aus der Mitte, ran an die Spitze! Für Sie bauen wir die Brücken zwischen Mensch und Markt, Mitarbeitenden und Strategie, zwischen Inhalt und Excellence – regional, national und international. Sabine Grebien-Stein: «Ich stehe für einen neuen Geist in Unternehmen, der geprägt ist durch Mitverantwortung, Wertschätzung und Qualität.»

www.grebien-performance.ch

Bruno Geiger, Ruswil

GEIGER EVOLUTION GmbH

mobilisiert Einzelpersonen und Unternehmen in der aktiven Gestaltung attraktiver Zukunftsbilder und fördert die wirkungsvolle



und erfolgreiche Umsetzung – zur Stärkung Ihres Selbstbewusstseins, Ihrer Wirkung im Markt und Ihres Unternehmenserfolges – regional, national, international. Bruno Geiger: «Ich bin überzeugt, dass begeisterte und rücksichtsvolle Menschen eine Unternehmenskultur schaffen, welche dem Unternehmen und seinen Kunden einen spürbaren Mehrwert, Begeisterung und Erfolg bescheren!»

www.geiger-evolution.ch

Die Serie «Warum Werte Werte Schaffen» ist auch unter www.anzeigervomrottal.ch aufgeschaltet.