

Produktion & Prozesse

Aus dem Channel auf buchreport.de powered by
publisher consultants

MANAGEMENT Sibylle Galitz über die Bedeutung von Werten

Die Kultur bestimmt den Kurs

■ „Das neue IT-System ist schrecklich, mit unseren alten Systemen konnte ich viel besser arbeiten.“

■ „Die Kollegen aus der anderen Abteilung halten sich nie an festgelegte Termine und wir müssen das dann wieder ausbaden!“

Kommt Ihnen das bekannt vor? Wie Lektoren über Vertriebsleute denken und umgekehrt und wie gut sie in der Lage sind, zu kooperieren, ist Teil der Kultur eines Verlages. Wenn Menschen jahrzehntelang den größten Teil ihres Tages gemeinsam verbringen und an denselben Aufgaben arbeiten, entwickeln sie kollektive Denk- und Verhaltensweisen. Diese gehen ihnen mit den Jahren in Fleisch und Blut über und sind daher den wenigsten ganz bewusst. Dabei sind es entscheidende Faktoren für den Erfolg eines Verlages – und umgekehrt für den Misserfolg.

Orientierung und Raum für Veränderung

Es gibt mittlerweile zahlreiche Studien, die einen konkreten Einfluss der Unternehmenskultur auf den langfristigen Unternehmenserfolg belegen. Eine erfolgreiche Unternehmenskultur schafft es demnach

■ Sinn zu stiften. Heißt: Die Mitarbeiter wissen, warum sie etwas tun, und sehen den Kurs, den das Unternehmensschiff nimmt. Damit verbunden begreifen sie schneller, wie sie persönlich manövrieren müssen, um auf Kurs zu bleiben bzw. setzen selbst proaktiv und richtig die Segel.

■ „Veränderung“ als festen Bestandteil des Lebens zu akzeptieren und somit die Anpassungsfähigkeit an künftige Herausforderungen zu erhöhen.

■ das Zugehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter zu steigern und somit die Loyalität zum Unternehmen zu fördern, Personalfuktuation zu senken und den Betrieb zum attraktiven Arbeitgeber zu machen.

■ eine sinnhafte Arbeit und ein kollegiales Arbeitsumfeld zu bieten: Die Motivation steigt enorm und dadurch die Leistungsbereitschaft.

■ Werte und Normen zu geben und damit den Mitarbeitern Orientierung im Arbeitsalltag und einen stabilen Rahmen für die Zusammenarbeit.

■ eine wertschätzende Fehler- und Lernkultur zu etablieren, die Sicherheit und damit Raum für innovative Ideen gibt.

Schließlich gelingt es mithilfe einer authentisch gelebten Unternehmenskultur, von Kunden und Partnern als geschätzter Geschäftspartner wahrgenommen zu werden.

Die Mitarbeiter sind das wichtigste Gut eines erfolgreichen Unternehmens, und eine sinnstiftende Kultur regt das Engagement und die Leistungsbereitschaft an und bietet ein angenehmes Arbeitsklima. Die Unternehmenskultur schafft also einen enormen Wettbewerbsvorteil, wenn sie richtig gelebt wird. Sei es, um Kunden an das Unternehmen zu binden, sei es, im Kampf um die besten Talente die Nase vorn zu haben, oder sei es, auf neue Herausforderungen schnell reagieren zu können.

Die Veränderung der Unternehmenskultur ist kein einfaches Unterfangen. Ein tief greifender Kulturwandel bedarf Zeit und sollte professionell begleitet werden. Denn Kulturveränderung und Change-Management gehen Hand in Hand und funktionieren nur gemeinsam.



Über die Bedeutung gemeinsamer Werte:
Wie Medienunternehmen Unternehmenswerte und -kultur in die Führungsstrategie integrieren können, zeigt Beraterin Sibylle Galitz von den Publisher Consultants.

DATEI

Wofür steht das Unternehmen?

Die Unternehmenskultur spiegelt die gemeinsamen Werte, Normen und Einstellungen des gesamten Unternehmens wider (Wofür stehen wir, was ist uns wichtig?) und prägt das Verhalten der einzelnen Mitarbeiter, der Führungskräfte und der Geschäftsleitung. Die entstehenden Verhaltensmuster und Grundannahmen üben großen Einfluss besonders auf Entscheidungen im Unternehmen aus und prägen damit die Art und Weise, wie ein Betrieb sich auch langfristig im Wettbewerb positioniert.

Die Unternehmenskultur setzt sich zusammen aus sichtbaren Elementen (wie zum Beispiel dem Dresscode oder dem verschriftlichten Verhaltenskodex etc.) und „unsichtbaren“ Elementen, wie zum Beispiel die Wahrnehmung der Qualität der Zusammenarbeit und die emotionale Bindung der einzelnen Mitarbeiter an das Unternehmen und an ihre Kollegen im Team oder in anderen Bereichen.

buchreport

LINK

> Den vollständigen Artikel lesen Sie unter www.buchreport.de/kultur-19-21