

SUSANNE SCHULZ

WAS EIN LEITBILD FÜR IHR UNTERNEHMEN TUN KANN

Lassen Sie uns heute einmal ganz idealistisch starten: Will Ihr Unternehmen nichts weniger als die Welt retten? ...



Susanne Schulz, Expertin für Positionierung, Image und Marke

... Fantastische Umsätze auf ethisch korrekte Weise erwirtschaften? Dabei Mitarbeiter und Aktionäre wunschlos glücklich machen? Und außerdem auch die Ansprüche sämtlicher Stakeholder bis ins Detail erfüllen? Prima, dann schreiben Sie das doch in Ihr Unternehmensleitbild.

Klingt alles richtig gut und motiviert! Wirklich? Nein, leider ist die Realität komplizierter. Es reicht nicht, wenn ein Leitbild gut klingt. Es muss auch in der Unternehmensrealität verankert sein, damit es funktionieren kann.

Ein Unternehmensleitbild ist die Selbstbeschreibung einer Organisation. Es soll nach innen Orientierung bieten und

nach außen erklären, wofür das Unternehmen steht. Auf diese Weise schafft es die Basis für die Entwicklung der Markenpersönlichkeit. Und die wiederum gibt die Richtung für erfolgreiche Kommunikationsmaßnahmen vor. Wir sehen: Das Unternehmensleitbild ist ein solides Fundament – wenn es denn solide gebaut wird.

Schauen wir uns einmal die Vorteile eines gelungenen Leitbilds an:

- Wer viele Stakeholder hat, muss auch viele Interessen bedienen. Ein Unternehmensleitbild schafft einen Rahmen für Ziele, Strategie und Handeln. Das gibt allen Akteuren Sicherheit und eine klare Orientierung – die

Gefahr, dass alle in verschiedene Richtungen agieren, wird deutlich verringert. Und das ist auch ein Faktor für den Unternehmenserfolg.

- Wenn Sie unter Einbeziehung von Mitarbeitern und Führungskräften ein Leitbild entwickeln, mit dem sich alle im Unternehmen identifizieren können, geben Sie Ihren Beschäftigten ein gemeinsames Ziel, für das es sich einzusetzen lohnt. Statt auf ein von außen übergestülptes Leitbild zu vertrauen, sollten Sie auf einen gemeinsam initiierten und reflektierten Prozess setzen. Sonst besteht die Gefahr, dass das schöne Hochglanz-Leitbild intern in Ablehnung oder gar Zynismus umschlägt. Beteiligung ist hier das ausschlaggebende Stichwort.
- Der Entwurf eines zukunftsorientierten, aber unbedingt realitätsnahen Leitbilds kann positive Entwicklungen nicht nur nach innen, sondern auch nach außen anregen. Eine zentrale Funktion des Unternehmensleitbildes ist demnach die Beantwortung der Frage: „Wofür steht unsere Organisation?“ Denken Sie an Stakeholder, aber auch die breite Öffentlichkeit, wenn Sie sich mit dieser Frage beschäftigen. Die Antwort darauf soll das Unternehmensimage positiv beeinflussen, dabei aber glaubwürdig bleiben.

Und was ist nun wichtig für ein gutes Unternehmensleitbild? Hier möchte ich noch einmal an den Anfang dieses Beitrags erinnern: Eine Menge klangvoller Worthülsen, die sich Marketing und Agenturleute im exklusiven Workshop ausgedacht haben? Das kann es nicht sein. Ein solches Leitbild, welches nicht in der Wirklichkeit verankert ist, motiviert niemanden außer seinen Schöpfern. Gerade Mitarbeiter sind sehr sensibel für unrealistische Ansagen, Schönrederei oder inhaltsleere Motivationsprüche. Lästig, oder? Nein, im Gegenteil: Die Beschäftigten sind ein wertvolles Stimmungsbarometer für das Leitbild. Reagieren sie größtenteils ablehnend oder skeptisch, muss korrigiert werden.

Mein Rat ist deshalb: Holen Sie Mitarbeiter ins Boot. Schaffen Sie eine abteilungsübergreifende „Task Force“ aus zentralen Akteuren, die zusammen mit der Geschäftsführung und Ihrer Agentur das Unternehmensleitbild von Grund auf entwickelt. Und ja, es ist sehr verlockend, das Leitbild mit großartigen Visionen zu bestücken – aber ich bin davon überzeugt, dass nur ein realitätsnaher Entwurf das Potenzial hat, Ihr Unternehmen wirklich nach vorn zu bringen.

Hier noch drei knackige Tipps für die Umsetzung:

- Verzicht auf Allgemeinplätze und fokussieren Sie sich auf die echten Stärken und Ziele Ihrer Organisation.
- Beschreiben Sie nicht nur Wunschvorstellungen, sondern denken Sie auch an die Umsetzung der Ziele. Wie kann die Vision in Ihrer tatsächlichen Unternehmenskultur Wurzeln schlagen?
- In der Kürze liegt die Würze: So schön es auch ist, endlich einmal alles aufzuschreiben, was irgendwie wichtig für das Unternehmen sein könnte, fassen Sie sich kurz. Ein allzu umfangreiches Leitbild lädt nicht zur Auseinandersetzung ein und verwirrt in der Regel mehr als es erleuchtet.

Unser Fazit ist also: Ein Unternehmensleitbild kann nach innen und außen die Entwicklung und das Image der Organisation fördern. Es sollte aber in der realen Unternehmenskultur verankert sein, sich auf die zentralen Aspekte fokussieren und die Beschäftigten in den Entwurf einbeziehen. Wenn Sie diese Punkte beachten, wird Ihr Leitbild eine stabile Basis für alle weiteren strategischen und kommunikativen Maßnahmen sein.

Haben Sie dazu Fragen oder Anmerkungen? Ich freue mich auf Ihr Feedback unter mail@markeschulz.de

P.S. Alle bisherigen Kolumnen finden Sie zum Nachlesen auch auf meiner Website in der Rubrik „Blog“.

REINES WASSER.

WASSERAUFBEREITUNG ANLAGENBAU

Individuelle und wirtschaftliche Lösungen für Trinkwasser und Prozesswasser in Krankenhaus, Büro, Gewerbe, Industrie, Schule und Privat

Tafelwasseranlagen
dispenso Trinkbrunnensystem

Enthärtungsanlagen gegen Kalk, Dosiertechnik gegen Rostwasser, Entsalzung, Rein-/Reinstwasser, Filtertechnik, MSR-Technik, Tafelwasseranlagen, Trinkbrunnen, Wasserhygiene ...

Enthärtungsanlagen
Reinwasseranlagen

www.environ-gmbh.de 79427 Eschbach

BERATUNG PLANUNG

AUSFÜHRUNG SERVICE

1995 2019

info@environ-gmbh.de Gewerbepark Breisgau

SANITÄR | HEIZUNG | SOLAR | BAUBLECHNEREI

Rampf
GmbH

wer sonst?

07634 - 69 40 20

Max-Immelmann-Allee 21 • 79427 Eschbach