

Über die Unternehmenskultur zum Erfolg

VON PETER VON DÖLLEN

Landkreis Osterholz. Auf dem Tischchen mit der Teilnehmerliste und den Namenskartchen blickt die Besucher des Vortrags „Unternehmenskultur – fünf Schlüsselfak-



Anika Ruß (links) und Tanja Schroeter referierten jetzt im Netz-Zentrum über Unternehmenskultur.

VDO · FOTO: PETER VON DÖLLEN

toren mit Erfolgsaussicht“ ein Gecko an. Das Tierchen aus Plastik ist nicht nur Namensgeber der Agentur Gecko, deren Inhaberinnen Anika Ruß und Tanja Schroeter das dreistündige Seminar leiteten. Es kann durchaus auch als Sinnbild für Unternehmenskultur dienen. „Er kümmert sich um lästige Details, wie etwa Moskitos“, eröffnete Tanja Schroeter den Teilnehmern. Und: „Er macht Unmögliches möglich. Er kann beispielsweise an der Decke laufen.“

Eine in sich stimmige Unternehmenskultur, die von den Mitarbeitern und Kunden mitgetragen wird, könne den Unterschied ausmachen, weil sie Motive menschlichen Handelns aufgreift. Das ist die Kernaussage der Referentinnen. Was Ruß und Schroeter zu vermitteln haben, ist keine Faktenhuberei. Sie präsentieren Denkanstöße, Tipps und Ratschläge für eine eigene Unternehmenskultur.

Rund 20 Teilnehmer waren in das Netz-Zentrum gekommen. Sie bekamen auf abwechslungsreiche Art und Weise einen Ein-

blick ins Thema. Neben einer Einführung stellten Ruß und Schroeter mehrere kurze Theaterszenen vor, um die Thesen griffiger zu machen. Eine Gesprächsrunde vertiefte das Erarbeitete.

Eingeladen hatte die Initiative „OHZ Power“, hinter der die Wirtschaftsförderer des Landkreises und die Pro-Arbeit stehen. Sie wollen mit Seminaren, Stammtischen und Workshops Unternehmen helfen.

„Unternehmenskultur ist immer da“, sagte Ruß. Aber nicht immer werde sie bewusst wahrgenommen und gestaltet. Dabei könne sie Mitarbeiter motivieren und Kunden ansprechen. Werte und Vorstellungen, wie es sein soll, sind die Grundlage einer Unternehmenskultur, die auch als Corporate Identity bekannt ist. Daraus resultierten Normen, Standards, Verbote oder Verhaltensrichtlinien. In der Öffentlichkeit erscheinen einheitliche Firmennamen, Logos, Kleidung oder auch Legenden über die Firma. Das alles macht das Bild eines Unternehmens aus.

Ein Schlüsselement erfolgreicher Unternehmenskultur sei gute Kommunikation. Doch Schroeter warnte: „Ein hoher Informationsfluss allein reicht dafür nicht.“ Schriftliche Memos an Mitarbeiter seien keine Kommunikation. Schroeter: „Sie müssen miteinander reden, statt viel Papier zu produzieren.“ Direkte und persönliche Ansprache sei wichtig. Es komme auf Dialog und tatsächlichen Austausch an.

Weitere wesentliche Faktoren einer positiven Unternehmenskultur sind laut Tanja Schroeter Zusammengehörigkeitsgefühl, Konfliktfähigkeit, Sinnvermittlung und kreative Unruhe. Die Firmenphilosophie und die Ziele müssten im ganzen Betrieb verinnerlicht werden. Nur so könne ein „Wir-Gefühl“ entstehen, welches die Unternehmenskultur letztlich trägt und glaubhaft verkörpert. Auch Veränderungen gehörten dazu. „Experimentierfreude und Ideenreichtum der Mitarbeiter sollten Sie nutzen und fördern“, rieten Schroeter und Ruß.