

Checkliste zum Beitrag: Mythos Wertschätzung

Unternehmenskultur braucht Grundwerte

Die systematische Beantwortung dieser 9 Fragen in Summe helfen, dein Business stark für die Zukunft zu machen.

Jetzt geht es um die Frage 3: Grundwerte

Die richtigen Werte bestimmen den Erfolg entscheidend mit und sind Fundament der Unternehmenskultur.



Arbeite systematisch an deiner Firma und Unternehmenskultur. Die Basisversion der Führungssoftware hält eine Anleitung, zahlreiche Hilfsmittel und Praxisbeispiele für dich zur Verfügung. Für nur 199,-- zzgl. MwSt. gehörst du automatisch zum **ErfolgsMeisterKreis**.

Erschaffe ein motivierendes und produktives Arbeitsumfeld. Mach so dein Business stärker. Jetzt.

Freischaltung bestellen HIER. (... kommt umgehend!)

Grundwerte kennen, dann schätzen

Was versteht man unter Werten in einem Betrieb?

Allgemein lassen sich Werte als moralisch und erstrebenswerte Eigenschaften erklären, die von einer Person oder Gruppe vertreten werden. Dies kann in diesem Fall das gesamte Unternehmen sein. Aus den Werten im Unternehmen können Handlungsmuster und Verhaltensmaßstäbe abgeleitet werden, die zur Orientierung der Führungskräfte und allen Mitarbeiter dienen.

Warum sollten Werte ein fester Bestandteil im Betrieb sein?

Werte im Betrieb verfolgen eine klare Linie und geben ein gutes Gefühl. Durch sie kann eine Basis von Vertrauen geschaffen werden, die klärende Ordnung in das gesamte Unternehmen bringt. Deine Mitarbeiter sind dadurch besser aufgestellt und tragen maßgeblich zum Unternehmenserfolg bei. Das Unternehmen kann mit seinem Kernziel definiert werden, ist wirkungsvoller, besser zu begreifen und zeigt deutlicher Präsenz.

Darum sind Werte im Betrieb ein Wettbewerbsvorteil

Werte im Betrieb haben einen wichtigen Einfluss auf verschiedenste Bereiche. Sie bieten deinen Mitarbeitern ein sicheres Fundament für ihre Arbeit und fördern Loyalität. Zusätzlich können die Werte beim Rekrutieren neuer Mitarbeiter eine mögliche Übereinstimmung der Denkweise identifizieren und Anreize für potenzielle Bewerber schaffen. Ebenso bei externen Kunden und Lieferanten schaffen Werte im Unternehmen eine Vertrauensbasis.

Marktbeispiel: Würth: „**Kundenorientierung als Leitstern** –
Meine Leute sind nicht bei mir angestellt, sondern beim Kunden.“

Wenn du es schaffst, einheitliche Ziele und Werte für den gesamten Betrieb zu etablieren, stärkst du dein Business nachhaltig.

		Bewertung				
		1 = optimal 5 = zu verändern				
		1	2	3	4	5
1.	Gibt es ein Verständnis für Grundwerte und sind diese definiert?					
2.	Bedenke, weniger ist mehr: gibt es maximal 3 – 7 Grundwerte?					
3.	Sind die Grundwerte ausgewogen: hinsichtlich Vertrauen, Wissen, Struktur und Wirtschaftlichkeit?					
4.	Hast du dich vor Festlegung der Werte mit Ursachen der Leistungserbringung von „besseren“ und „schlechteren“ Mitarbeitern beschäftigt?					
5.	Oftmals sind es nur die wenigen – zwei oder drei – Verhaltensmerkmale, die wirklich etwas bewegen. Fördern eure Werte erfolgsrelevantes Verhalten?					
6.	Ist jeder Kernwert seit langem offensichtlich bzw. erkennbar in der Organisation und damit authentisch?					
7.	Oder ist es etwas, für das deine Organisation hart arbeiten muss, um diesen Wert zu kultivieren?					
8.	Könnte eure Organisation glaubhaft behaupten, dass sie sich diesem Wert stärker verpflichtet fühlt als 99 Prozent der anderen Unternehmen in der Branche?					
9.	Sind diese Grundwerte jedem in der Firma bekannt?					
10.	Ist jeder Wert in einem anleitenden Leitsatz im Sinne von „so wollen wir miteinander umgehen“ ausformuliert?					
11.	Sind die Formulierung konkret und verbindlich?					
12.	Ist der Leitsatz merk-fähig verfasst: statt „harter Arbeit“ lieber „bereit, Fußböden zu fegen.“					
13.	Lebst du mit deinem Führungskreis die Werte täglich vor?					
14.	Kommunizierest du das Hauptziel und die Werte deines Betriebes bei jeder Gelegenheit?					
15.	Bekommen die Werte Raum im Umfeld der Mitarbeiter (z.B. Poster ...)?					
16.	Fließen die Werte in jedem Meeting / Workshop mit ein?					
17.	Ist jedem klar, dass deine Organisation nicht alles toleriert?					
18.	Bleiben Verstöße gegen die Unternehmenswerte ohne Konsequenzen?					
19.	Klare Werte haben eine Mitarbeitergewinnungs-Anziehungskraft. Transportierst du die Werte nach außen?					
20.	Verwendest du die Werte als Kunden-Identifikationsfläche in der Werbung und Verkaufsgesprächen?					

Viel Erfolg wünscht die ErfolgsMeisterei.