

Thema: Identitäter

Autor: Robert Prazak

LEITBILD-BASTELN



Illu: AP, Colorbox (2)

Wir basteln uns ein Leitbild

Unternehmens-Leitbilder sind oftmals austauschbare Phrasen, die wenig aussagen. Wer sich so eine hohle Phrase basteln will, macht das mit dem Bastelbogen oben. Wer mehr will, liest weiter...

Kreativ. Innovativ. Traditionsbewusst. Fair zu den Mitarbeitern. Offen für Veränderung. Schlagworte wie diese sind typisch für Unternehmens-Leitbilder. Denn wenn Unternehmen versuchen, ein solches Leitbild zu basteln, handelt es sich meist um einen Prozess, bei dem der kleinste Nenner den größten Einfluss hat – soll heißen: Man einigt sich auf möglichst unverbindliche, gut klingende Phrasen. Unser Bastelbo-

gen oben kann helfen, ein solches unverbindliches Pseudo-Leitbild zu erstellen – rasch und günstig.

Wer aber mehr will, braucht mehr Zeit (und Geld). Denn die Schaffung eines Leitbildes ist für Experten Axel Ebert, Partner der Internal Branding-Agentur Identitäter, ein durchaus mühsamer Pro-

zess. Sie müssen etwa aus dem Erfolgsmuster der Marke entwickelt werden und erkennbar auf das Unternehmen zugeschnitten sein.

„Das Leitbild muss knackig und ambitioniert sein“, sagt Ebert. Auch die Hineinnahme ethischer Werte hat einen Haken: „Wer ausschließlich ethische Werte formu-

liert, geht an der Realität vorbei.“

Die Mitarbeiter könnten diese hohen Anforderungen (etwa: Freiheit, Transparenz) in ihrer täglichen Arbeit nicht umsetzen und werden dadurch gehemmt. Also: Ethik mit Erfolgswerten koppeln. „Auch Enron hatte schöne Ethik-Folder – und was hat es gebracht?“ Positive Beispiele sind für Ebert BMW oder die OMV mit klaren Aussagen zu den Partnern. Das Wichtigste aber: Leitbilder gehören nicht in die Schublade, sondern in die Herzen der Mitarbeiter.

■ www.werteforum.at ist eine Plattform für Werte in Organisationen. Unternehmen, die sich eintragen oder bestehende Einträge bestätigen, können eine von drei Karten für den Identität-Kongress gewinnen (office@identitaeter.at).

ROBERT PRAZAK

robert.prazak@wirtschaftsblatt.at

KONGRESS

Unternehmens-Leitbilder sind auch Thema beim Internal Branding-Praxiskongress „IDENTITÄT09“ am 20. und 21. April in Wien. Dort gibt es Vorträge u. a. vom Internal Branding-Experten Holger J. Schmidt. Praxisbeispiele kommen u. a. von Shell, Henkel, EADS Raumfahrt, Basler Versicherung, dm drogerie markt, Atlas Copco Gruppe. www.identitaeter.at/kongress

„Leitbilder müssen in die Herzen der Mitarbeiter statt in die Schubladen“

Axel Ebert
Identitäter