

#4 Wie deine eigene Persönlichkeit die Unterneh- mensidentität beeinflusst – bewusst und unbewusst

Wie deine Persönlichkeit die Unternehmensidentität prägt – bewusst und unbewusst

Hallo und herzlich willkommen schon zu meiner vierten Folge von „Werr spricht“. Heute erzähle ich darüber, wie deine Persönlichkeit die Unternehmensidentität prägt. Bewusst und unbewusst und warum das überhaupt wichtig ist.

Aber vorneweg, es freut mich sehr, dass so viele meinen noch so jungen Podcast hören und auch das ganze großartige Feedback, das ich bekomme, das bestärkt mich sehr darin weiterzumachen. Gerne weiterhin folgen, bewerten und weitersagen. Aber nun zum Thema.

Jedes Unternehmen hat eine Identität, bewusst gestaltet oder nicht

Diese Identität wird nicht durch das Corporate Design oder die Mission bestimmt, sondern vor allem durch die Persönlichkeit derjenigen, die das Unternehmen führen.

Deine persönlichen Werte, deine Vision und deinen Antrieb prägen das Unternehmen, ob du das möchtest oder nicht. Und warum beeinflusst die eigene Persönlichkeit die Unternehmensidentität?

Warum beeinflusst die eigene Persönlichkeit die Unternehmensidentität?

An jeder Unternehmensspitze steht mindestens ein Mensch, zumindest noch. Jeder Mensch hat eine persönliche Identität, also Werte, Überzeugungen, Prägungen und eine bestimmte Sicht auf die Welt, die durch das Verhalten, die Sprache und das Aussehen im Außen sichtbar wird.

Und egal, wie bewusst du die Identität deines Unternehmens gestaltest, deine persönliche Identität wird immer durchscheinen. Sei es in deinem Führungsstil, in der Art, wie du mit Kunden sprichst, wen du einstellt oder eben auch nicht oder in den vielen kleinen täglichen Entscheidungen, die du triffst. Je nachdem, wie dein Unternehmen aufgebaut ist, ist das mehr oder weniger stark ausgeprägt.

Genau genommen fängt es schon bei der Entscheidung an, wie die Organisationsstruktur deines Unternehmens aufgebaut ist. Ob hierarchisch oder holokratisch, also dass die Führungsverantwortung auf das gesamte Team verteilt wird, anstelle dass sie von der Geschäftsspitze ausgeht. Auch, ob du

Einzelunternehmer:in bleibst oder ob du dir ein Team aufbaust.

Warum ist es jetzt wichtig?

Weil deine persönliche Identität den Kern deines Unternehmens beeinflusst. Es beeinflusst den Unternehmenszweck, die Vision und die Werte. Egal, ob als Solopreneur oder Inhaberin oder Inhaber eines großen Unternehmens.

Wenn du dir deiner eigenen Werte und deines Antriebs nicht bewusst bist, kann es passieren, dass dein Unternehmen eine Identität entwickelt, die nicht zu dir passt. Als Ergebnis, wenn dein Unternehmen nicht mit dir im Einklang steht, entsteht irgendwo ein Energieverlust. Irgendjemand muss sich immer anpassen und dafür zahlt irgendwer den Preis. Entweder du oder dein Unternehmen. Ich habe es selbst schon oft genug erlebt, wie anstrengend das ist, wenn man nicht klar weiß, wo man hinmöchte und ständig versucht sich anzupassen. Ich sehe das immer wieder bei Kunden oder Kundinnen.

Gerade im Nachfolgebereich ist das sehr gefährlich, aber auch, wenn jemand das Unternehmen gegründet hat, weil viele versuchen so zu sein, wie sie glauben, dass es sinnvoll ist oder wie sie zu sein haben. Ganz relevant wird das übrigens auch, wenn es zwei Gründer:innen gibt und einer oder eine dann aus dem Unternehmen aussteigt. Dann passiert es auch oft, dass **eine Diskrepanz zwischen der eigenen Persönlichkeit und der Unternehmensidentität** entsteht.

• 2

Und glaub mir, **der Preis, den man zahlt, der ist ziemlich hoch im Normalfall**. Deine Persönlichkeit prägt die Unternehmensidentität an zwei entscheidenden Punkten. Einmal bei der Definition und der Erarbeitung. Also der Moment, in dem du festlegst, was dein Unternehmen ausmacht. Was ist der Zweck von diesem Unternehmen? Was ist die Vision? Wohin soll sich das Unternehmen entwickeln? Welche Werte sollen gelebt werden? All diese Fragen werden durch deine Persönlichkeit beeinflusst. Und als zweites bei der Umsetzung und dem täglichen Leben der Unternehmensidentität.

Jeden Tag, mit jeder Entscheidung, die du triffst, kommt deine Persönlichkeit durch. Besonders in stressigen oder schwierigen Situationen zeigt sich, wie stark deine persönlichen Werte, dein Wofür und deine Vision, dein Handeln beeinflusst. Wenn du dir deiner Werte, deines Antriebs bewusst bist und eine klare Vision hast, kannst du auch in schwierigen Zeiten authentisch handeln und immer noch Entscheidungen treffen, die das Unternehmen nach vorne bringen.

Umso mehr du als Unternehmerin oder Unternehmer im operativen Geschäft eingebunden bist, umso stärker wirkt sich deine Persönlichkeit auf die Unternehmensidentität aus. Ist ja logisch, weil du ja viel mehr Entscheidungen triffst, die sich direkt auf das Unternehmen auswirken. Im übrigen definiere ich so auch meine Zielgruppe.

Alle Unternehmen, bei denen die Laune des Chefs oder der Chefin Einfluss auf den Unternehmensalltag haben, sind potenziell meine Kunden. Alle Firmen, bei denen die Laune des Chefs oder der Chefin egal ist, sind nicht mehr meine Kunden.

Warum ist es jetzt wichtig, sich dessen bewusst zu sein?

Warum ist es jetzt so wichtig, die Verbindung zwischen der persönlichen Identität und der Unternehmensidentität zu verstehen? Ganz einfach, weil Authentizität der Schlüssel zu Vertrauen ist. Kundinnen und Kunden vertrauen Unternehmen, die authentisch wirken. Wenn deine Unternehmensidentität nicht mit deinen wahren Werten übereinstimmen, wird das früher oder später sichtbar, zumindest spürbar und das kann das Vertrauen deiner Kundinnen und Kunden untergraben und auch deiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Du glaubst gar nicht, wie oft ich von Angestellten höre, ja mein Chef oder meine Chefin reden immer groß davon und da machen sie aber ganz was anderes.

Deswegen wird man nicht mehr ernst genommen. Sie vertrauen einem nicht, weil sie nicht wissen, ob sie sich auf einen verlassen können oder nicht und was sie wirklich erwartet.

Deine Unternehmensidentität ist nicht nur ein Image, das du nach außen trägst.

Bei Einzelunternehmern ist sie die Summe aus deinen persönlichen Werten, deinem Antrieb und deiner Vision. Wenn du dein Unternehmen selbst gegründet hast, dann ist sie ein essentieller Teil deines Unternehmens, Antrieb, Vision und den Werten. Bei der Unternehmensnachfolge ist es etwas komplexer, weil hier eine neue Persönlichkeit in ein bestehendes Identitätssystem kommt und dennoch ist es total wichtig, dass deine Persönlichkeit auch da den Unternehmenskern prägt.

• 3

Der Einfluss von Werten, Antrieb und Vision

Wenn du klar für dich definiert hast, was deine Werte, dein Antrieb und deine Vision sind und das bewusst einsetzt im Unternehmensalltag und die Unternehmensidentität darauf abgestimmt wird, dann steht ein rundes und klares, konsistentes Bild nach außen. Wenn das nicht ist, wird deine Unternehmensidentität automatisch inkonsistent. **Kund:innen, Mitarbeiter:innen sowie Geschäftspartner:innen merken das sofort.**

Es ist wichtig, dass deine Unternehmensidentität wirklich authentisch ist und das gelingt nur, wenn sie mit deiner Persönlichkeit im Einklang steht. Wie sagt man so schön, der Fisch fängt immer am Kopf zum Stinken an. Ich habe mal nach einer netteren Alternative zu diesem Spruch gesucht, aber ich habe noch keinen gefunden. Wenn du eine kennst, schick mir gerne deinen Vorschlag.

Kommen wir zum Einfluss deiner Werte, deinem Antrieb und der Vision. Das sind die drei Eckpfeiler, die nicht nur deine Persönlichkeit, sondern auch deine Unternehmensidentität stark prägen.

Der Antrieb (das „Wofür“, der Zweck):

Der Antrieb, das Wofür, warum tust du, was du tust, was hat dich dazu bewegt, Unternehmerin oder Unternehmer zu werden. Bei mir war es ein ganz tiefer innerer Antrieb etwas zu unternehmen, etwas zu verändern, etwas zu bewegen, Stimmigkeit und Menschlichkeit wieder in die Arbeitswelt zu bringen. Dein persönlicher Antrieb formt nicht nur die Vision deines Unternehmens, sondern beeinflusst auch die Richtung, in die sich dein Unternehmen entwickelt.

Dein Wofür gibt dir Orientierung und hilft dir, strategische Entscheidungen zu treffen. Wenn du klar weißt, warum du etwas machst, dann erübrigen sich manche Fragen und Zweifel von selbst und es hilft auch, manche schweren Zeiten nicht ganz so ernst zu nehmen und trotzdem weiter zu gehen. Viele Unternehmer:innen vergessen manchmal in diesem ganzen Tagesgeschäft, Alltagsgewusel, wie stark dieser Antrieb ihre tägliche Arbeit beeinflusst.

Die Art und Weise, wie du dein Unternehmen führst, wird durch deine Motivation gesteuert. Damit kannst du deine Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mitnehmen, deine Kunden und Kundinnen begeistern. Dein Antrieb wirkt sich direkt auf den Unternehmenszweck aus. Wenn der im Alltag vergessen wird, gibt es keine klare Ausrichtung mehr. Und wie sagt die Grinsekatz so schön? – If you don't know where you're going, every road will take you there.

Die Vision (das „Wohin“):

Die Vision ist das Bild, das du von deinem Unternehmen hast. Als Einzelunternehmerin oder Unternehmer ist es im Normalfall identisch mit deiner Unternehmensvision. Bei größeren Firmen ist es zumindest ein sehr, sehr wichtiger Teil davon, wenn nicht sogar identisch.

Das kommt ein bisschen auf die Geschichte deines Unternehmens an, wie dein Unternehmen generell aufgebaut ist. Diese Vision gibt dir und deinem Team Orientierung und gibt allen das Gefühl, auf ein gemeinsames Ziel hinzuarbeiten. Die Vision sollte im Idealfall eng mit deinem Antrieb, deinem Wofür verknüpft sein, damit sie authentisch und glaubwürdig ist.

Abgesehen davon ist es ja einfach sinnvoll, wenn ich weiß, wofür ich was mache, dass das Wofür auch mein Wohin beeinflusst und das Wohin nicht dann in eine andere Richtung geht. Das wäre ein bisschen kontraproduktiv. Wenn du als Unternehmer:in eine klare Vorstellung davon hast, wohin du dein Unternehmen führen willst, dann wird sich das direkt auf dein Unternehmen und die täglichen Entscheidungen auswirken.

Man kann dann zum Beispiel schauen, zählt dieser Auftrag auf meine Vision ein, hilft mir der dorthin zu kommen oder nicht? Und selbst wenn man Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen einstellt beim Recruiting, ist es sinnvoll und hilfreich, dass a, jeder die Vision kennt und b, man für sich auch überlegt, hilft mir diese Person dahin zu kommen und ist das auch ein Ort, wo diese Person hinwill.

Die Werte (das „Wie“):

Deine persönlichen Werte prägen nicht nur dich, sondern auch das Wie deines Unternehmens. Sie beeinflussen, wie du führst, wie du kommunizierst, wie du Entscheidungen triffst. Deine Werte bestimmen, wie du mit Mitarbeitenden, Lieferanten, Kundinnen und Kunden umgehst.

Wenn du zum Beispiel Wert auf Ehrlichkeit und Transparenz legst, dann wird das auch in der Art und Weise zu spüren sein, wie du intern kommunizierst und wie du mit externen Partnern interagierst. Und diese Werte sind das Fundament für eine authentische Unternehmensidentität.

Du kannst noch so ein schickes Corporate Design haben, wenn deine Werte nicht klar und authentisch sind, wird das nach außen hin spürbar sein. Und das merken auch deine Kundinnen und Kunden. Bei der Ausarbeitung der Unternehmenswerte spielen dann auch noch die Werte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, so es sie gibt, eine Rolle.

Je größer das Unternehmen ist, umso komplexer wird es oft. Aber es lohnt sich, denn die Werte geben Halt und Orientierung. Diese drei Elemente, Werte, Vision und Antrieb prägen das gesamte Unternehmen.

Sie wirken sich auf das Angebot, auf das Produkt aus, auf die Zielgruppe, auf die Positionierung im Markt und auf die Art und Weise, wie dein Unternehmen nach außen kommuniziert. Deine Persönlichkeit kommt also nicht nur bei der Gestaltung der Unternehmensidentität zu Tragen, sondern auch in der täglichen Umsetzung. Wie wird sie umgesetzt?

Kommunikation im Alltag:

Wie sprichst du mit deinen Kunden? Wie führst du Gespräche mit deinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern? Führst du überhaupt Gespräche mit ihnen? Welche Art von Feedback gibst du? All das sind Aspekte, die von deiner Persönlichkeit beeinflusst werden. Wenn du zum Beispiel eher der offene kommunikative Typ bist, wird sich das auch in der Art und Weise widerspiegeln, wie du intern und extern kommunizierst. Du bist vielleicht eher dazu geneigt, in einem lockeren, persönlichen Ton zu sprechen, während andere Unternehmer:innen eine formelle Art der Kommunikation bevorzugen. Es ist wichtig, dass das mit den anderen Dingen zusammenpasst. Wenn du jetzt einen eher konservativen Unternehmensauftritt hast, eine konservativere Zielgruppe ansprichst und dann duzt du zum Beispiel in der Kommunikation, dann kann es sein, dass es für die potenziellen Kundinnen und Kunden nicht nur total verwirrend, sondern auch irritierend ist. Irgendwas passt da nicht, ich gehe lieber zu jemand anderem.

• 5

Entscheidungen und Krisenmanagement:

Auch bei Entscheidungen und sogar beim Krisenmanagement wird es relevant, weil gerade in schwierigen Zeiten, wenn es schnell gehen muss oder du unter Druck stehst, kommt deine wahre Persönlichkeit zum Vorschein. Da haben wir keine Zeit darüber nachzudenken, wie wir am besten handeln sollten, was jetzt genau den Unternehmenswerten entspricht. **Die Entscheidungen, die unter Stress getroffen werden, basieren oft nicht auf rationalen Überlegungen, sondern auf den persönlichen Werten und der Intuition.**

Wenn du zum Beispiel ein starkes Bedürfnis nach Sicherheit hast, wirst du in Krisenzeiten eher konservative Entscheidungen treffen. Klassiker ist zum Beispiel: gerade bei mittelständischen Unternehmen erlebe ich immer wieder, die Auftragslage ist schlecht, die Wirtschaftslage, was machen wir, wir sparen Kosten. Natürlich zuerst die Marketingkosten, denn das braucht ja niemand. Das lass ich jetzt übrigens gerade unkommentiert dastehen, vielleicht gibt es dazu mal eine eigene Folge. Wenn du jetzt risikofreudig bist, gehst du vielleicht auch mal unkonventionelle Wege. Probierst eine neue Marketingkampagne oder eine neue Art Kunden zu werben, aus. Und diese Entscheidungen prägen die Wahrnehmung deiner Unternehmensidentität nach außen. Und **hier ist es so wichtig, konsistent im Verhalten zu sein, um einerseits den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, aber auch den Kundinnen und Kunden Sicherheit zu geben und von ihnen ernst genommen zu werden.**

Beim Thema Entscheidungen, Werte und Marketing ist ja momentan das Rebranding von Jaguar in all der Munde. Da muss ich mich mal noch genauer damit auseinandersetzen, welche Werte und welcher Antrieb da dahinter steckt, so ein starkes Rebranding zu machen. Es ist auf alle Fälle risikofreudig und mal unkonventionell.

Mitarbeiter:innenauswahl und Partner:innenwahl:

Ein weiterer Punkt, der von dem Ganzen betroffen ist, ist die Mitarbeiterauswahl und Partnerwahl. Wir wissen alle, dass die Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, einen großen Einfluss auf unser Unternehmen haben.

Sie kommunizieren ja im Namen unseres Unternehmens. Sie produzieren oder entwickeln unsere Produkte mit. Sie prägen ja das Unternehmen und leben genauso, wie wir hoffentlich, die Unternehmensidentität jeden Tag.

Aber du bist der oder diejenige, die entscheidet, wer ins Team kommt und mit welchen Partner:innen zusammenarbeitet wird. Und in dem Moment, wo du klar weißt, wer du bist, was deine Werte sind, was dir wichtig ist, wohin du willst, was deine Vision ist und wofür du das machst, kannst du, wenn du Menschen einstellst, entscheiden, passt er oder sie dazu oder nicht. Und es geht nicht darum, dass sie zu 100 Prozent deine Werte vertreten, gar nicht. Es geht nur darum, dass sie dazu passen, dass sie nicht im Gegensatz dazu stehen.

• 6

Und es braucht natürlich Vielfalt, aber nicht das Gegenteil, weil sonst zieht ihr immer in verschiedene Richtungen, was für beide einfach unglaublich anstrengend ist. Und nicht nur das, sondern es entstehen oft Konflikte, entweder bei den Mitarbeiter:innen oder auch bei den Kund:innen, die nicht wirklich zu deinem Unternehmen passen, die einfach immer, sind wir uns ehrlich, wir kennen sie alle, die immer Änderungen haben in der Kommunikation, immer unzufrieden sind, immer was zum Meckern haben und am Ende vielleicht auch noch rumerzählen, dass ihr keinen guten Job gemacht habt.

Und genau das passiert, wenn man nicht achtsam ist, ob jemand zu einem passt oder nicht. Hundertprozentig kann man es nie wissen, aber man kann es zumindest optimieren. Und auch hier ist es wieder so, wenn das Unternehmen und die Menschen, egal ob du als Inhaber oder Inhaberin, Mitarbeiter oder Mitarbeiterin, Kunden oder Kundinnen, wenn das nicht zusammenpassen, dann entsteht wieder ein Energieverlust und irgendjemand zahlt den Preis.

Entweder ist es beim Unternehmen, was sich dann auf die Qualität des Produkts oder der Dienstleistung auswirkt, oder beim Umsatz. Und bei den Menschen führt das zu vermehrten Krankheitstagen bis hin zum Burnout. Ich habe das ausprobiert.

Warum es entscheidend ist, diese Einflüsse bewusst zu steuern:

Wenn du dir deines persönlichen Einflusses auf die Unternehmensidentität und dein Unternehmen nicht bewusst bist, läufst du Gefahr, dass dein Unternehmen in irgendeine Richtung geht. Das passiert oft unbewusst, wenn das Unternehmen wächst oder wenn der Alltag hektisch wird, wenn neue Menschen mit dazukommen.

Das wirkt sich einerseits auf die Auftragslage aus und die Kunden merken, dass da irgendwas nicht stimmig ist oder verstehen schlicht und ergreifend nicht, was ihr macht. Auch das habe ich natürlich für dich getestet. Da gibt es eine ganze eigene Folge dazu, die bald erscheint, auf alle Fälle dieses Jahr noch.

Ich hatte mal die Vision aus den Augen verloren, wo ich eigentlich hinwollte. Wusste nicht mehr, warum ich das jetzt alles mache und was eigentlich gerade los ist. Ich habe das ziemlich deutlich gemerkt, weil ich fast alle Kunden verloren hatte. Ich sehe mich noch am Tisch sitzen. Eine E-Mail kam, damals war ich im Homeoffice, von einem Kunden von mir, mit dem ich viel und eng zusammengearbeitet habe, der einen großen Teil meines Monatsumsatzes immer ausgemacht hat und er in dieser E-Mail die Zusammenarbeit beendet hat. Ja, das war gerade nicht so cool.

Meine erste Reaktion war, gut, ich gehe jetzt mal rasenmähen. Als ich fertig gemäht hatte und das Ganze ein bisschen verarbeitet hatte, habe ich mich mal hingesetzt und ehrlich, teilweise war es auch ein bisschen unangenehm, angeschaut, wie ist mein Unternehmen eigentlich gerade. Was mache ich gerade? Ist es das, was ich wirklich will? Ich habe dann gemerkt, dass mir komplett die Klarheit gefehlt hat, wohin mein Unternehmen eigentlich soll, was ich eigentlich gerade mache.

Mir war genau genommen nicht mal mehr ganz klar, was alles mein Angebot ist. Ein großer Schwerpunkt lag damals noch beim Design. Das war irgendwie eh klar, aber alles andere war verschwommen.

• 7

Ich hatte auch ein bisschen vergessen, warum ich das eigentlich mache. Ich war damals so vier Jahre selbstständig. Das ist erfahrungsgemäß die Zeit, die es braucht, wo man sich einmal mit seinem Unternehmen im Kreis dreht.

Das sehe ich sehr oft bei Kund:innen. Man gründet mit einer Idee, hat eine Vision, wie es sein soll und dann kommt die Realität und merkt, eigentlich will ich das doch nicht so gern machen und die Zielgruppe, die ich gedacht habe, dass sie kauft, kauft doch irgendwie nicht bei mir. Der Markt ist irgendwie anders und nach drei, vier Jahren, das ist auch eine gute Zeit, dass man schon ein bisschen erschöpft ist, wenn man nicht sehr achtsam mit seinem Urlaub war, was man im Normalfall am Anfang nicht ist.

Das ist dann oft der Moment, wo man sich denkt, irgendwie fühlt sich das nicht ganz stimmig an.

Irgendwas muss ich ändern und da kommen dann auch viele zu mir und sagen, was mache ich jetzt eigentlich? Ich will jetzt mal rausfinden, was es genau ist und das mal richtig definieren und aufarbeiten. Das gilt übrigens nicht nur für Einzelunternehmer, die vor kurzem gegründet haben. Diese Gespräche führe ich auch mit Menschen, die teilweise vor 10, 20 Jahren ihr Unternehmen gegründet haben. **Es kann so schnell passieren, dass ein Unternehmen eine Eigendynamik entwickelt und man sich gar nicht mehr die Zeit nimmt, innezuhalten und sich zu überlegen, wofür mache ich das eigentlich und wo will ich hin, was ist mir wichtig. Das kann auf der anderen Seite übrigens auch zu total viel Überforderung und Unsicherheit führen.**

Man weiß gar nicht so genau, warum man jetzt eigentlich so gestresst ist und alles so viel ist und so herausfordernd. Wenn die Unternehmensidentität und dein Unternehmen nicht mit deiner persönlichen Identität zusammenpassen, kostet das sehr viel Kraft und Energie, weil man versucht dann immer

irgendwie, man muss sich ja immer anpassen, man muss immer anders sein. Man kann nicht einfach volle Kraft vorausgehen, sondern muss immer schauen, dass man ein bisschen anderen Weg geht, der nicht natürlich für einen ist.

Wenn du jetzt aber deine persönlichen Werte, deinen Antrieb und deine Visionen klar für dich definiert hast, kannst du dein Unternehmen in eine authentische Richtung führen und das spüren auch deine Kund:innen und deine Mitarbeiter:innen. Ich habe gerade von meiner neuen Mitarbeiterin das Feedback bekommen, dass sie sich genau aus dem Grund bei mir beworben hat, weil ihr das schon so auf die Nerven gegangen ist, dass Unternehmen auf der Webseite immer irgendwelche Werte kommunizieren, sie aber nicht wirklich leben und glaubt mir, so eine Perle von Mitarbeiterin willst du auch haben.

Unternehmensübernahme: Der besondere Fall. Und was passiert, wenn du ein Unternehmen übernimmst

Bei so einer Übernahme funktioniert vieles anders, weil bereits eine bestehende Identität vorhanden ist, die oft über Jahre und Generationen gewachsen ist und der Nachfolger oder die Nachfolgerin als eine neue Persönlichkeit in ein bestehendes Identitätssystem einsteigt. Dennoch ist es hier unglaublich wichtig, sich Klarheit über die eigene Identität und die des übernommenen Unternehmens zu schaffen.

Wie das genau funktioniert, würde in diesem Beitrag ein bisschen den Rahmen sprengen. Allerdings spreche ich zu diesem Thema auch in einem Interview. Nächste Woche kommt das erste Interview mit Patrick Sellier über Familien und Unternehmen und da sprechen wir auch ein bisschen über die Thematik. Dann gibt es noch mal eine eigene Folge, wie man das macht, dass man die beiden Dinge zusammenbringt.

• 8

Beispiele aus der Praxis: Wie Persönlichkeiten Unternehmen prägen

Du bist zum Beispiel jemand, der/die Innovation liebt und ständig nach neuen Lösungen sucht. Das wird zwangsläufig dein Unternehmen mitprägen. Du wirst eher zu einem kreativen und flexiblen Arbeitsumfeld neigen, in dem neue Ideen gefördert werden. Ich will jetzt nicht unbedingt New Work sagen, aber du wirst sicherlich auch ein Arbeitsumfeld schaffen, das weg von den starren Strukturen ist.

Dein Unternehmen wird dafür bekannt sein, immer auf der Suche nach der nächsten großen Sache zu sein, immer innovativ zu sein und innovative Produkte herauszubringen. Das muss sich aber dann im gesamten Unternehmensalltag wiederfinden. Ich habe bewusst Innovation als Beispiel gewählt, weil das ungefähr gerade im technischen B2B Bereich, den ich übrigens sehr gerne mag, wenn man da auf die Webseiten schaut, mindestens der Hälfte, wenn nicht zwei Drittel steht das Wort Innovation drauf.

Und dann schauen wir mal vielleicht in der Buchhaltung vorbei und es stehen da noch Ur-Alt-Rechner, die gerade so funktionieren und vielleicht läuft auch noch das Faxgerät heiß. Das ist ein Zeichen, dass dieser Wert nicht konsequent gelebt und bewusst umgesetzt wird. Das kann auch bedeuten, dass dir die Mitarbeiter:innen in der Buchhaltung egal sind, was jetzt auch nicht möglich sein sollte.

Man kann sagen, das sehen die Kund:innen nicht, die kriegen das nicht mit, aber deine Mitarbeiter:innen. Es gab eine Zeit in meinem Leben, da war ich Angestellte. Für mich fühlte sich das eher so ein bisschen

nach Weltstudie an, als wirklich nach einem Lebensentwurf, der für mich passt.

Und das Geratsche unter Mitarbeiter:innen ist nicht zu unterschätzen. Mitarbeiterinnen nehmen sowas persönlich, wenn sie auf schlechten Geräten arbeiten müssen, abgesehen davon, dass es unwirtschaftlich ist. Ich kann mich noch erinnern, in einer Agentur, in der ich mal gearbeitet habe, hatte ich so einen langsamen Rechner, dass ich am Tag bis zu zwei Stunden damit verbracht habe, auf den Rechner zu warten, zu speichern, zu drucken, zu aktualisieren, was auch immer. Bei manchen Projekten habe ich mir gedacht habe, wenn sie sich das leisten können, dass ich zwei Stunden am Tag rumsitze, bin ich einfach zu billig. Ich kann euch sagen, das fördert jetzt nicht die Arbeitsmoral, die Produktivität und sogar die Qualität der Arbeit. Man ist einfach nicht mit Herzblut dabei.

Das ist dann definitiv teurer, als neue Computer für die Buchhaltung zu kaufen und vielleicht ein innovatives Buchhaltungsprogramm einzusetzen. Mir persönlich ist Sinn total wichtig, deswegen haben wir bei mir im Unternehmen die Regel, **wir machen das, was sinnvoll ist und das, was nicht sinnvoll ist, machen wir nicht. (Und wir machen auch das, was rechtlich notwendig ist, was nicht immer unbedingt sinnvoll ist. Aber das ist die einzige Ausnahme.)**

Du siehst, es ist keine Frage, ob deine persönliche Identität dein Unternehmen prägt, sondern nur wie und ob du es bewusst steuerst. Am Ende dieser Folge lässt sich also sagen, deine Persönlichkeit beeinflusst die Unternehmensidentität, egal ob bewusst oder unbewusst.

• 9

Der Schlüssel zu mehr Stimmigkeit, Leichtigkeit und Erfolg liegt darin, das bewusst zu tun. Sei dir deine Werte, deines Antriebs und deiner Vision klar. Achte darauf, wie sich das in deinem Unternehmen widerspiegelt.

Wenn du diese Klarheit hast, kannst du dein Unternehmen authentisch und stimmig aufstellen. Dein Unternehmen wird nicht nur nach außen eine starke, vertrauensvolle Marke sein, sondern du wirst auch innen eine Kultur schaffen, die Menschen anzieht und sie langfristig motiviert. Falls du beim Ausarbeiten oder Definieren Hilfe brauchst, melde dich gern bei mir.

Und ein wichtiger Hinweis noch. Es geht dabei nicht darum, ein Unternehmen aufzubauen, wo man als Unternehmerin oder Unternehmer über das Unternehmen herrscht. Die Unternehmenswerte müssen von der Geschäftsführung genauso gelebt und umgesetzt werden, ja sogar vorgelebt werden, sonst wird das nichts.

Wenn Wertschätzung in deinem Unternehmen als Wert definiert ist, musst du das auch leben. Tagtäglich gegenüber jedem und nicht gerade nur denen, die du halt magst. Wie schon gesagt, nächste Woche erscheint schon das erste Interview und zwar ein ganz besonderes.

Mit Patrick Sellier aus der Tauglerei spreche ich über Familienunternehmen und seine Geschichte. Ich bin wirklich dankbar und berührt, dass Patrick so offen über seine Erfahrungen und Erlebnisse spricht. Das ist nicht selbstverständlich und genau das ist es aber, was wir Unternehmenskinder alle mehr brauchen.

Also sei gespannt auf nächste Woche. Ich freue mich. Wenn dir dieser Beitrag gefallen hat und du mehr

ANNA WERR

Identity & Design

über wertebasierte Unternehmensidentität, Design, Persönlichkeitsentwicklung und über meine Reise als Unternehmerin erfahren möchtest, dann abonniere meinen Podcast, „Werr spricht“, um keine Folge zu verpassen.

Und wenn du Themenwünsche hast, die du gerne in zukünftigen Folgen besprochen haben möchtest oder es etwas gibt, was du mich schon immer fragen wolltest, dann lass es mich wissen.

Ich freue mich darauf, dich ein Stück bei deiner Reise als Unternehmerin oder Unternehmer zu begleiten.

• 10