

Leitbild muss gelebt werden

Durchaus „ans Eingemachte“ ging es bei einem Workshop, den die ZIH-Beraterinnen Dr. Martina Althaus, Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik und Ina Steinfurth, HWK Münster mit Unternehmen aus der Orthopädietechnik durchgeführt haben: „Wenn das Unternehmensleitbild tatsächlich in der internen und externen Kommunikation gelebt wird, wie es unser Titel war, dann wirkt sich das sehr positiv auf den Betrieb und seine Außendarstellung aus.“ Alltag sei allerdings häufig, dass standardisierte Leitbilder übernommen und später „zu den Akten gelegt“ würden.

Im Workshop beschäftigten sich die Teilnehmer unter anderem mit ihrem Selbstbild von sich und vom Betrieb und dem Fremdbild, das beispielsweise auf Werbemittel wie Flyer oder Firmenvideos zurückgeht. Die einzelnen Teilnehmer wurden anhand eines persönlichen Fragebogens vorgestellt (unter anderem: Wer oder was hätten Sie gern sein mögen?, Ihr Hauptcharakterzug?, Ihr größter Fehler?, Ihr Traum vom Glück?). Die Fremdwahrnehmung bezog sich auf Eigenschaften, die die anderen dem jeweiligen Sanitätshaus auf Basis der eingesetzten Kommunikationsmittel zuordneten, und auch auf die Vergabe einer Auto-Marke als Ausdruck einer zugeordneten Identität. Die beiden Sichtweisen wurden schließlich in den Fragen zusammengeführt „Bin ich so, wie ich gesehen werde, und möchte ich so gesehen werden?“.

Das Fazit der Beraterinnen: „Die Auseinandersetzung mit dem Selbstbild und dem wahrgenommenen Fremdbild muss geführt werden - und sie muss das Leitbild beeinflussen. Selbst- und Fremdbild sowie die Kommunikation nach außen müssen möglichst deckungsgleich und in sich schlüssig sein und das Leitbild muss jedem im Betrieb in Fleisch und Blut übergehen.“

Kontakt:
Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik, Dr. Martina Althaus,
Reinoldstr. 7 - 9, 44135 Dortmund, Telefon 0231 557050-25, Telefax 0231 557050-40,
E-Mail: althaus@ot-forum.de, <http://www.ot-forum.de>