

4_2010

4,90 €

Allgäuer

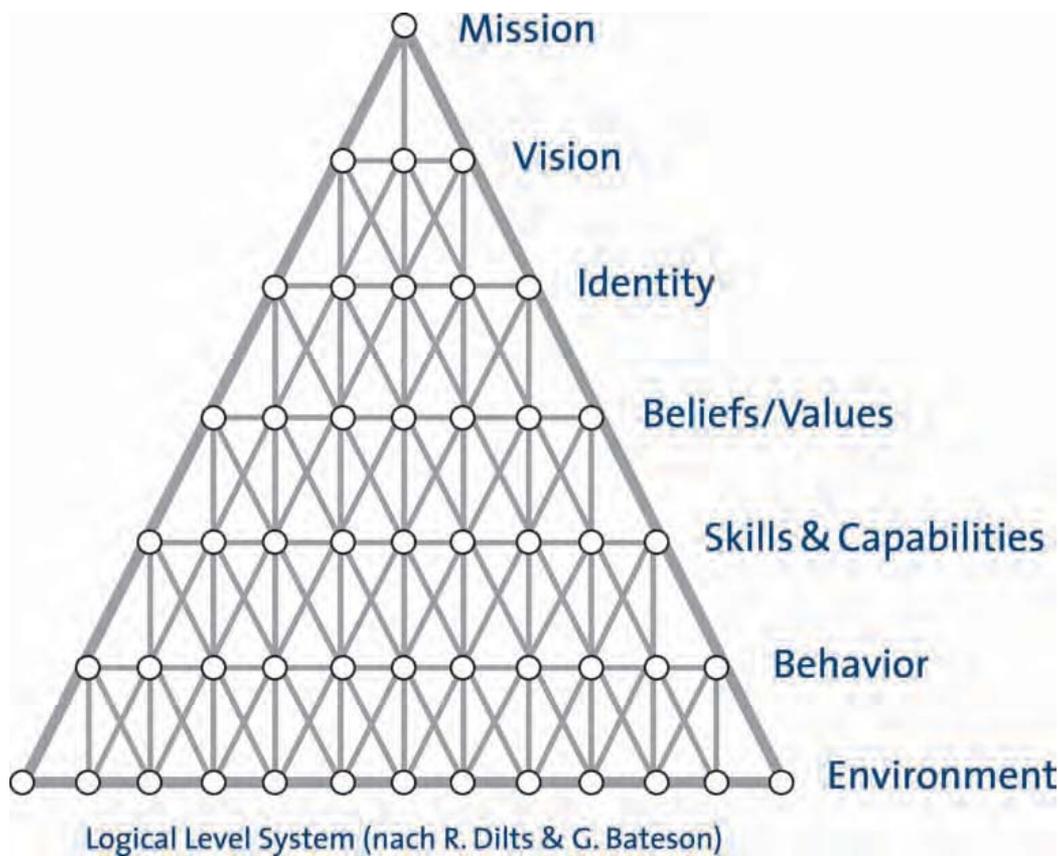
Wirtschaftsmagazin



• Wirtschaft • Branchen-News • Sport und Freizeit



Mit gelebter CORPORATE IDENTITY motiviert, effizient und schneller



Der CIDP-Prozess ist nach dem Pyramidenprinzip aufgebaut. Die einzelnen Bausteine sind (von oben) Mission, Vision, Identität, Glaubenssätze/Werte, Fähigkeiten, Verhalten und Umfeld.

Unternehmen sind lebendige Organismen, die sich ständig verändern. Die Kräfte des Marktes, Menschen oder die Umwelt bestimmen den Grad ihrer Veränderung. So können aus Konzernen, die sich zu trägen Dampfern entwickelt haben, kleinere, unabhängige Organisationseinheiten entstehen. Agile Firmen schiffen wie Schnellboote durch strategische Gewässer und können an Größe gewinnen. Hinter jeder Fusion oder Umstrukturierung stehen Menschen, die diese Prozesse mittragen sollen oder müssen. Mit dem »Corporate Identity Development Process«, kurz CIDP, unterstützt Hans-Peter Wellke erfolgreich solche Veränderungsprozesse. Teams, Abteilungen und Unternehmen entwickeln sich dabei zu hochmotivierten und effizienten Teams – und das in nur wenigen Tagen.

Kraftvolle Teams

Die Entwicklung einer gemeinsamen Identität steht in den CIDP-Workshops im Vordergrund. »Das schafft kraftvolle Teams« so der Personalentwickler aus dem Allgäu. In der Praxis sei es häufig so, dass Projektteams, Abteilungen und ganze Unternehmen sich in kürzester Zeit auf Verän-

derungen einstellen müssten. »Da sollen oft ganz unterschiedliche Welten zusammenwachsen.« So ein Entwicklungs- und Sozialisationsprozess könne viele Monate dauern, »und diese Zeit bleibt Organisationen oft nicht.« Mit CIDP kann Hans-Peter Wellke ein Team zielgerichtet und schnell zu hoher Effektivität führen. In den

ans ZIEL



Petra Schinz (li.) und Cornelia Gilch,
Geschäftsführerinnen Trommelwirbel Waschsalon, Nürnberg.

Trommelwirbel mit Identität

Redakteurin Edith Rayner sprach mit den beiden Existenzgründerinnen Cornelia Gilch und Petra Schinz. Sie eröffneten im Herbst 2009 in Nürnberg ihren eigenen Waschsalon namens Trommelwirbel. Mit einem pfiifigen Design im Stil der 70er Jahre und einem ungewöhnlichen Erlebniskonzept ließen die Unternehmerinnen den Muff alter Waschsalons hinter sich. Hans-Peter Wellke coachte die Nürnbergerinnen während ihrer Existenzgründungsphase.

Allgäuer Wirtschaftsmagazin (AWM):
Vor fast einem Jahr eröffneten Sie Ihren Waschsalon Trommelwirbel. Auf dem Weg dahin begleitete Sie Hans-Peter Wellke als Coach. Wann haben sich Ihre Wege gekreuzt?

Cornelia Gilch: Unser Businessplan war damals bereits fertig, er war sachlich und enthielt alle harten Fakten. Ein typischer Businessplan eben. Wir spürten, dass er trotzdem nicht rund war. Auf Empfehlung holten wir Hans-Peter Wellke an Bord. Er half uns bei der emotionalen Arbeit unserer Geschäftsgründung.

AWM: Emotionale Geschäftsgründung? Klingt interessant, wie lief das denn ab?

Petra Schinz: Herr Wellke hat mit uns unsere Mission und Vision entwickelt. Es war richtig harte Arbeit! Durch seine sensible Vorgehensweise schafften wir es, unsere eigenen Emotionen in Worte zu fassen. Und Kraft daraus zu schöpfen.

Gilch: Immer wieder stellte er Fragen nach unseren Motiven: Warum wir das tun, was uns antreibt. So konnten wir den fehlenden roten Faden in unserem Konzept entwickeln. Beim Geschäftsaufbau

konnten wir Unstimmigkeiten erkennen und ändern. Er half uns, unternehmerisch zu denken, denn wir mussten ja noch die Banken von unserer Idee überzeugen. Das war echte Identitätsarbeit!

AWM: Können Sie den Begriff Identitätsarbeit konkretisieren?

Gilch: Wir haben so lange an unserer Mission und Vision gearbeitet, Glaubenssätze verworfen, Verhaltensweisen hinterfragt, bis am Schluss ein Satz auf dem Papier stand, der bekräftigte: Ja, DAS sind wir, das ist unser Unternehmen. Dieser einzige Satz war der Grund, warum wir zu Hans-Peter Wellke gegangen sind.

Schinz: Hans-Peter Wellke hat ein besonderes Talent, den CIDP-Prozess zu gestalten. Man merkt, er wusste ganz genau, worauf es ankam. Und ließ nicht locker! Immer wieder holte er uns behutsam auf die Unternehmerebene zurück. Denn unsere Idee sollte sich ja schließlich in Umsatz und Gewinn verwandeln. Auch heute noch leben wir unsere Mission und Vision – und (lachend) schwingen als Geschäftspartnerinnen sozusagen im Gleichklang!

stufenweise aufgebauten Workshops entwickelt das Team eine eigene Identität, Kultur und Leitbild. »CIDP kann ich allen Projektgruppen empfehlen, die neu zusammengestellt werden und neue Aufgaben übernehmen« fasst ein Teilnehmer zusammen. »CIDP eignet sich auch für Teams, die schneller und abgestimmter arbeiten wollen.«

Einzel- und Kleingruppenarbeit im Wechsel

In den CIDP-Workshops wechseln die Teilnehmer ständig zwischen Einzelarbeit, Kleingruppenarbeit und Ergebnispräsentationen. Mit seinen über Jahre erprobten Moderationsmethoden unterstützt Hans-Peter Wellke diesen Prozess einfühlsam. Zu seiner Spezialität gehören schnelle Wechsel in der Moderationstechnik. So schafft er es, scheinbar unüberwindbare Differenzen zu überbrücken. Geschickt nutzt er seine Moderationskünste bei Meinungsaustausch, Wertediskussionen,



*Hartmut Schmökel
und Enrico Kroll (re.),
beide Siemens AG,
Geschäftsbereich Siemens Real Estate.*

»Wir haben einen Fahrplan, um unsere Mission zu erfüllen«

Im idyllisch gelegenen Hotel Sulzberger Hof im Oberallgäu trafen wir Hartmut Schmökel und Enrico Kroll von Siemens Real Estate, dem Immobilienunternehmen der Siemens AG. Die beiden Manager stehen vor der neuen und herausfordernden Aufgabe, eine schlagkräftige Mannschaft aus 350 bestehenden und neuen Mitarbeitern an über 30 Standorten zu führen.

Allgäuer Wirtschaftsmagazin (AWM): Sie haben gerade an einem CIDP-Workshop mit Hans-Peter Wellke teilgenommen. Wie haben Sie die vergangenen zwei Tage erlebt?

Enrico Kroll: Erstaunlich, was wir alles erarbeitet haben! Wenn ich daran denke, wie lange wir alleine für die Erarbeitung unserer Mission gebraucht haben... wir haben enorm viel erreicht.

Hartmut Schmökel: Dem stimme ich zu. Wir haben viel voneinander gelernt. Nach nur zwei Tagen wissen wir deutlich genauer, welche Ziele wir erreichen wollen. Das erleichtert das Miteinander in der täglichen Arbeit und beschleunigt Abstimmungen. Als die Mission endlich stand – am ersten Abend um halb zehn – da gab es keinen Dissens mehr. Von da an lief es wie von selbst.

Kroll: Durch unsere dreimonatige Zusammenarbeit kannten wir bereits einige Punkte, die wir zu klären hatten,

aber im Tagesgeschäft nicht zur Sprache kamen. Das Seminar hat diesen Klärungsprozess beschleunigt. Wir haben jetzt einen Fahrplan, damit wir unsere Mission erfüllen können.

AWM: Welche konkreten Ergebnisse nehmen Sie mit? Und was wird eine Ihrer ersten Handlung zurück im Arbeitsalltag sein?

Schmökel: Herr Kroll und ich haben uns verständigt, welchen Weg wir gehen wollen. Damit können wir auch gegenüber unseren Kollegen klarer als Einheit auftreten. Mit meinen Mitarbeitern werde ich Strategieworkshops durchführen. Ich habe in Deutschland rund 14 Einheiten zu betreuen. Mein Ziel ist es, die Unternehmer vor Ort zu ertüchtigen, noch unternehmerischer zu denken. Ich möchte zielgerichtet vorangehen, doch einen Big Bang wird's nicht geben, sondern viele kleine Schritte.

AWM: In Ihrer Managerlaufbahn haben Sie sicher schon einige Seminare besucht. Wie unterscheidet sich CIDP von anderen Workshops?

Schmökel: Wir waren den ganzen Tag gefordert, aktiv zu denken und voll dabei zu sein. Mit einer solchen Produktivität hatte ich an dieser Stelle nicht gerechnet! Mit Herrn Wellke hat's Spass gemacht, er hat mit uns die Veränderungsprozesse beschleunigt. Der Prozess war manchmal schmerzhaft, etwa in Situationen, als wir vermeintlich das gewünschte Ergebnis gefunden hatten und dann feststellen mussten, doch wieder plötzlich weit voneinander entfernt zu sein. Um am Schluss, als wir endlich am Ziel waren, kam dann dieses wohlige-wärmende Gefühl der Zufriedenheit. Beeindruckt hat mich die Moderation von Herrn Wellke. Er griff immer zum richtigen Zeitpunkt in seine Trickkiste und änderte immer zum richtigen Zeitpunkt blitzschnell seine Techniken.

AWM: Wer sollte Ihrer Meinung nach diesen CIDP-Prozess machen?

Schmökel: Teams, die große Aufgaben vor sich haben und gemeinsam etwas erreichen wollen. Denn autoritär zu führen ist meiner Meinung nach nur die zweitbeste Lösung. Besser ist es doch, ein unternehmerisches Verständnis zu entwickeln! Bei CIDP durchlaufen die Teilnehmer alle Phasen des Teambuildingprozesses Forming, Storming, Norming, Performing... mit CIDP kommen sie schneller in die Performing-Phase!



*Hans-Peter Wellke,
Partner für Personalentwicklung.*

Bewertungen oder der Findung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden. »Meine besonderen Techniken bewähren sich auch in Situationen, wo es scheinbar keine Lösungen gibt« kommentiert der Personalentwickler.

Dabei verliert Hans-Peter Wellke das Ziel seiner Auftraggeber nie aus den Augen: »Mit CIDP wächst ein Team schneller zusammen und ist in kurzer Zeit produktiver.« Er zählt weitere Ergebnisse auf: Das Team arbeite fokussierter und der Führungsaufwand verringere sich. »Danach greifen die Führungskräfte weniger auf inhaltlicher Ebene ein« ergänzt der Diplom-Wirtschaftspädagoge, »sondern lenken mehr nach Visionen, Grundhaltung, Einstellung und Werten.« Und nicht zuletzt würden sich die Unternehmen durch den beschleunigten Prozess Kosten sparen. Mit der Teilnahme an einem CIDP-Workshop erhöhe sich

außerdem die Attraktivität des gesamten Teams. »Das wirkt ansteckend«, lacht Wellke. Und könne sogar die Nachfrage als Arbeitgeber steigern, wie ein CIDP-Teilnehmer berichtet. *Edith Rayner*

**Partner für Personalentwicklung
Hans-Peter Wellke**

*Eizisried 4
87477 Sulzberg
Telefon (08376) 921744
Telefax (08376) 921745
www.partner-PE.de
info@partner-PE.de*



*CIDP in der Praxis:
Hartmut Schmökel und Enrico Kroll (re.)
mit den Ergebnissen des CIDP-Seminars.*

Verlag

TT VERLAG GmbH
St.-Mang-Platz 23
87435 Kempten
Telefon (08 31) 96 01 51-0
Telefax (08 31) 96 01 51-29
info@tt-verlag.de
www.tt-verlag.de

Geschäftsführer (gesamtverantwortlich)

Thomas Tänzel

Redaktion

Maria Anna Weixler-Schürger
Dagmar Gard
Edith Rayner
Sina Krupka
Heike Zimmermann
Guenter Rauch
(08 31) 96 01 51-0

Medienberatung

Thomas Tänzel (08 31) 96 01 51-10
Michael Müller (08 31) 96 01 51-11
Günter Wastl (08 31) 96 01 51-12
Tanja Aurhammer (08 31) 96 01 51-13
Michael Drosses (08 31) 96 01 51-15

Druckvorstufe und Druck

Holzer Druck und Medien
Fridolin-Holzer-Straße 22 – 24
88171 Weiler im Allgäu
Telefon (083 87) 399-0
Telefax (083 87) 399-33
E-Mail: info@druckerei-holzer.de

Magazin-Layout

Brigitte Weixler

Anzeigen-Layout

Composizione Katrin Rampp

Bankverbindung

Sparkasse Allgäu
Konto-Nr. 514 269 406
BLZ 733 500 00

Bezugspreis/Abonnement

Einzelheft 4,90 Euro
»Allgäuer Wirtschaftsmagazin«
im Einzelabonnement bei sechs Ausgaben
Inland: 27,90 Euro inkl. Versand
Ausland: 38,40 Euro inkl. Versand

ISSN 1868-3789

Alle Rechte vorbehalten.

© für Layout, Logo und Konzept:
Maria Anna Weixler-Schürger

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Verlages. Jahresabonnements können nur bei Einhaltung der Frist (drei Monate vor Ablauf des Bezugszeitraumes) schriftlich beim Verlag gekündigt werden.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge kennzeichnen nicht die Ansicht der Redaktion.