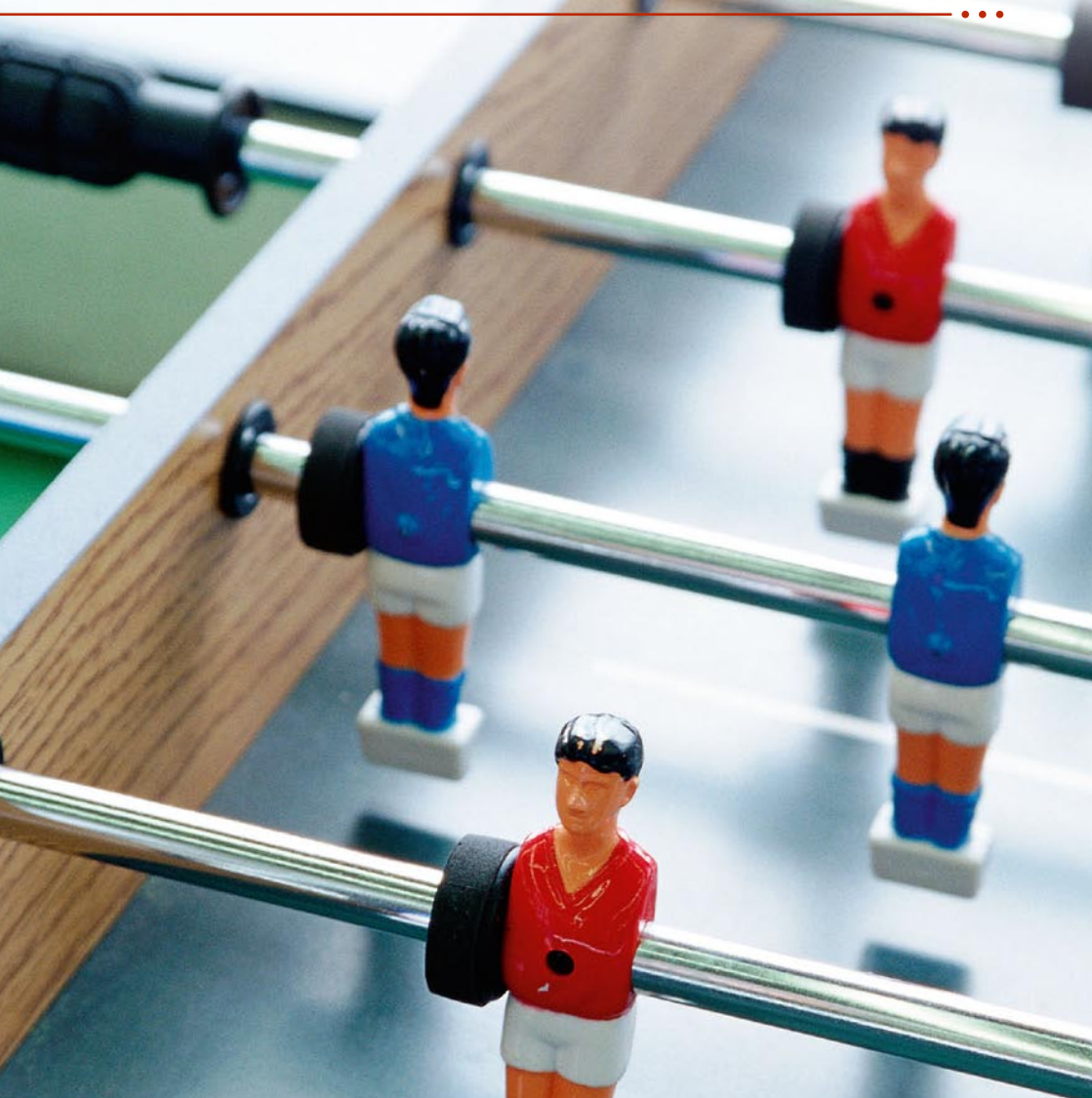


KULTUR- UND WERTETEST

ENTWICKELN SIE IHRE UNTERNEHMENSKULTUR ZUM ERFOLGSFAKTOR!



KONZEPTE ● ● ●
FÜR IHREN ERFOLG

„Die Auffassung, dass es sich bei Unternehmenskultur und Unternehmenswerten lediglich um weiche Erfolgsfaktoren handele, lässt sich angesichts unserer Erfahrungen mit dem Kultur- und Wertetest nicht aufrechterhalten.“

KONZEPTE GmbH

Übersicht Kultur- und Wertetest

1. Der Kultur- und Wertetest	S. 5
2. Die Anwendungsgebiete	S. 6
3. Das Testdesign	S. 7
4. Die Darstellung der Ergebnisse	S. 8
5. Von der Anfrage zur Maßnahme	S.11





1. Der Kultur- und Wertetest

Wie gewinnen und halten Sie talentierte Mitarbeiter? Wie steigern Sie Gewinn und Unternehmenswert? Wie verbessern Sie Produktivität und Kreativität? Die gemeinsame Antwort auf diese drei Fragen lautet: durch den Aufbau von kulturellem Kapital.

Der Kultur- und Wertetest, den wir in Kooperation mit Richard Barrett & Associates LLC, North Carolina, USA, durchführen, ist ein wirtschaftliches und handlungsorientiertes Verfahren. Es dient dazu, den Status quo der Werte und Einstellungen in einer Organisation zu erfassen und den Handlungsbedarf differenziert zu bestimmen.

2. Die Anwendungsgebiete

Optimieren Sie Ihre ganze Organisation.

Vor und nach Fusionen und Übernahmen	Definieren Sie Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Ausgangskulturen und erkennen Sie möglichen Handlungsbedarf
Bei einem Führungswechsel bzw. Generationswechsel in der Leitungsebene	Erfahren Sie, welche „alten“ Werte noch immer nachwirken

Machen Sie Ihre Teams erfolgreicher.

Bei Spannungen im Team, die dessen Leistungsfähigkeit beeinträchtigen	Erkennen Sie unterschiedliche Werthaltungen und ergreifen Sie entsprechende Maßnahmen
Bei neu zusammengesetzten Teams	Stimmen Sie jedes Teammitglied individuell auf die neuen Aufgaben ein

Holen Sie das Beste aus Ihren Mitarbeitern.

Bei Personalsuche und -auswahl	Erkennen Sie die Bewerber, die perfekt zu Ihrer Unternehmenskultur passen
Als persönliche Orientierung für Führungskräfte	Ermöglichen Sie Ihren Führungskräften, eine persönliche Bilanz zu ziehen und die eigenen Werte mit der Strategie und Kultur des Unternehmens abzugleichen

3. Das Testdesign

Der Kultur- und Wertetest erfordert die Beantwortung von drei einfachen Fragen. Zur Beantwortung der Fragen wählen die Befragten aus einer Liste von rund neunzig Werten jeweils zehn Werte aus. Natürlich können Sie der Liste auch Ihre unternehmensspezifischen Werte hinzufügen, um zu überprüfen, ob Ihre strategischen Ziele oder Kernwerte von den Befragten tatsächlich verinnerlicht worden sind.

Die drei Fragen des Kultur- und Wertetests lauten:

Persönliche Werte

Welche der folgenden Werte und Verhaltensweisen repräsentieren am besten, wer Sie sind (und nicht, wer Sie sein wollen)?

Aktuelle Kulturwerte

Welche der folgenden Werte und Verhaltensweisen charakterisieren am besten den Auftritt Ihres Unternehmens?

Gewünschte Kulturwerte

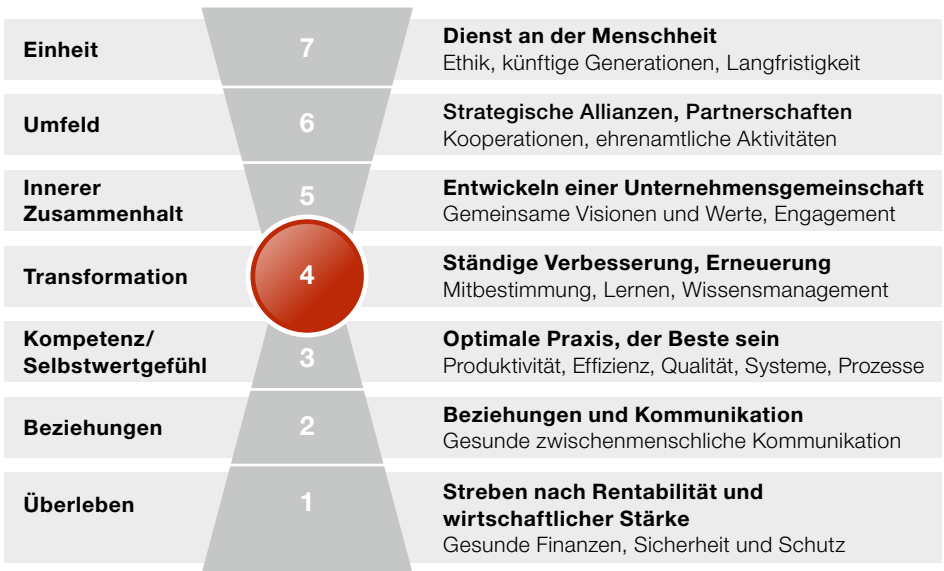
Welche der folgenden Werte und Verhaltensweisen repräsentieren für Sie am besten eine ideale, leistungsstarke Organisation?

4. Die Darstellung der Ergebnisse

Bei der Auswertung des Kultur- und Wertetests werden die zehn häufigsten Werte jeweils einem der sieben organisatorischen Wertelevel zugeordnet. Dabei handelt es sich um eine weiterentwickelte Form der Maslow'schen Bedürfnispyramide. Diese erweiterte Form bezieht auch Werte mit ein, die über eine rein individuelle Ausrichtung hinausgehen. Denn gerade diese Werte sind für den Aufbau von kulturellem Kapital unverzichtbar, da sie dem Unternehmen und den Mitarbeitern Sinn und Identität geben, Bindung und Loyalität fördern.

Die Antworten auf die drei Fragen werden in verschiedenen Darstellungen so abgebildet, dass Übereinstimmungen und Unterschiede gut zu erkennen sind und Handlungsbedarf deutlich wird.

Die 7 Ebenen des organisatorischen Bewusstseins







5. Von der Anfrage zur Maßnahme

Jede Befragung weckt die Erwartung, dass die gegebenen Antworten ernst genommen werden und dass sie zu Veränderungen führen. Aus diesem Grund binden wir den Kultur- und Wertetest stets in einen Veränderungsprozess ein. Dieser Prozess kann folgende Elemente aufweisen:

Anpassen der Werteliste – in Abstimmung mit Vertretern des Unternehmens, Integration unternehmensspezifischer Werte

Informieren der Belegschaft – Beteiligungsbereitschaft fördern durch Informationsveranstaltungen und geeignete Medien

Durchführen und Auswerten der Befragung – Fragen können online oder in Papierform beantwortet werden

Werte-Workshops – Führungskräfte besprechen ihre Bereichsergebnisse mit Mitarbeitern und erstellen Maßnahmenpläne

Umsetzen der Maßnahmen – Führungskräfte und Mitarbeiter setzen um, Reporting an Auftraggeber

Rückmelde-Workshops – Führungskräfte und Mitarbeiter ziehen Bilanz zu Umsetzungserfolgen, Bericht an Auftraggeber

Zweite Durchführung des Kultur- und Wertetests – nach 1 bis 2 Jahren, um Veränderungen zu erfassen

HABEN SIE NOCH FRAGEN?

RUFEN SIE UNS AN, FAXEN, MAILEN ODER SCHREIBEN SIE UNS!

KONZEPTE

Gesellschaft für Beratung, Seminare und Medien mbH

Wintermühlenhof 6
53639 Königswinter

Tel. +49 22 23.296 67 0
Fax +49 22 23.296 67 20

www.konzepte.com
E-Mail: info@konzepte.com

K O N Z E P T E ● ● ●
F Ü R I H R E N E R F O L G