

Sehr geehrte Damen und Herren,

in der aktuellen Pressemitteilung des GermanRetailLab e.V. erfahren Sie, wie Einzelhandelsunternehmen durch eine positiv gelebte Unternehmenskultur aktuellen Herausforderungen – von Online-Handel bis Fachkräftemangel – erfolgreich begegnen können.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr GermanRetailLab-Presseservice

Presseinformation des GermanRetailLab e.V.

München, 14. Februar 2017

Erfolgsfaktor Unternehmenskultur

Empfehlungen des GermanRetailLab für den deutschen Einzelhandel

Digitaler Wandel, Online-Handel, demografische Veränderungen sowie drohender Fachkräftemangel sind nur einige Faktoren, die den deutschen Einzelhandel zunehmend unter Druck setzen. „Um den aktuellen Herausforderungen zu begegnen, ist mehr notwendig, als nur neue Retail-Konzepte. Auch eine stärkere Fokussierung auf eine positiv gelebte Unternehmenskultur ist zwingend notwendig“, meint Hans-Jürgen Kendziora, ehemaliger Vorstand der real-SB-Warenhausholding und Geschäftsführer von Dehner GmbH & Co. KG und heutiges Vorstandsmitglied des GermanRetailLab e.V. (GRL).

Strategische Ziele und Grundsatzfragen

In einem speziellen Arbeitskreis „Strategie und Grundsatzfragen“ widmen sich Kendziora und seine Kollegen Jörg Greimel, Vorsitzender der Geschäftsführung von Pflanzen Kölle, Dr. Robert Poschacher, Geschäftsbereichsleiter Alnatura, sowie Rolf Karges, Vorstand der W-E-G Stiftung, auf Führungsebene strategischen Aufgaben und Grundsätzen (wie zum Beispiel „Grundsätze für Führung und Zusammenarbeit“). Zum Thema „Positive Unternehmenskultur als Basis des Erfolges“ haben die Experten nun einige Empfehlungen herausgearbeitet, die speziell für Handelsunternehmen von Nutzen sein können.

Kernfaktoren für eine positive Unternehmenskultur

Dafür haben die erfahrenen Manager sieben Kernfaktoren bestimmt, an denen man Unternehmenskultur spüren und erkennen kann:

1. die Verantwortung,
2. das Verhalten,
3. der Entscheidungsprozess,
4. die Prioritätensetzung,
5. die Informationskultur,
6. die Integrationsfähigkeit sowie
7. die Konflikt- und Kritikfähigkeit.

Verantwortung, Verhalten, Entscheidung – die Basis

Gerade wenn es um erfolgreiche Führung und Zusammenarbeit geht, gilt es einige Grundsätze zu beachten. „Wichtig ist, zu erkennen, dass in ‚Verantwortung‘ das Wort ‚Antwort‘ steckt“, so Dr. Robert Poschacher. Das bedeutet, dass ein Unternehmen jederzeit in der Lage sein muss, seinen Kunden, Mitarbeitern und Partnern Antworten auf wesentliche Fragen zu geben und eine aktive Mitgestaltung möglich macht. Für das Verhalten von Menschen im Allgemeinen und Führungskräften im Besonderen sind Glaubwürdigkeit und Vertrauen wesentliche kulturelle Einflussfaktoren. „Ohne diese beiden Faktoren gibt es schlichtweg keine Kultur“, wie Jörg Greimel es auf den Punkt bringt. Glaubwürdigkeit, die Übereinstimmung von Verhalten und Gesprochenem, sei wesentlich

für die positive Wahrnehmung eines Unternehmens, so Greimel weiter. In Bezug auf Entscheidungen in einer gelebten Unternehmenskultur ist es wichtig, dass diese partizipativ getroffen werden; also unter Einbindung jener, die in der Sache kompetent sind, sowie derjenigen, die von der Folge der Entscheidung betroffen sind. Zu vermeiden gilt es, dass überhaupt keine Entscheidungen getroffen werden. „Besser die zweitbeste Entscheidung treffen, als keine Entscheidung treffen“, betont GRL-Vorstandsmitglied Rolf Karges. Die richtigen Dinge im Rahmen einer Priorisierung zu erledigen, ist ein ebenso notwendiger Baustein.

Unternehmenskultur und Identifikation

Die Unternehmenskultur ist wesentlich für die Identifikation mit einem Unternehmen – für alle Stakeholder. „Wir müssen daher an einer positiven Kultur arbeiten, die jeden Einzelnen, sei es Kunden oder Mitarbeiter, ernst nimmt und wertschätzt“, so Hans-Jürgen Kendziora. Auch bei der Suche nach passenden Mitarbeitern erweisen sich die Werte eines Unternehmens als immer wichtiger. Gerade für Mitarbeiter wichtig: Konkret, schnell, offen, glaubwürdig, wahrhaftig und regelmäßig informiert zu werden. Neben einer offenen Informationskultur sind Integrationsfähigkeit, sowie die Konflikt- und Kritikfähigkeit für die Experten des GRL wichtige Säulen der Unternehmenskultur. Wesentlich ist es, dass die Unternehmenskultur unterschiedliche Meinungen akzeptiert und dass um die beste Lösung gerungen wird – für alle. Dabei sollten immer Fakten von Meinungen getrennt werden, empfehlen die Experten des GRL. Das erleichtert den täglichen Umgang und sorgt für ein respektvolles Miteinander im Unternehmen.

Anzahl der Anschläge (inkl. Leerzeichen): 4.093

Mehr zum GermanRetailLab unter www.germanretaillab.de

Möchten Sie zukünftig keine Pressemitteilungen des GermanRetailLab e.V. mehr erhalten, klicken Sie bitte [hier](#).

Im Falle einer Veröffentlichung des bereitgestellten Bildmaterials ist eine Nennung der Quelle nicht notwendig.

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über Ihr kurzes Signal oder einen Beleg – vielen Dank!



Mit einer positiven Unternehmenskultur und offenen Kommunikation können Firmen aktuellen Herausforderungen erfolgreich begegnen.

[300dpi](#)



Logo des GermanRetailLab e.V.

[300dpi](#)

Pressekontakt:

HARTZKOM
Strategische Kommunikation
Daniela Werner
Hansastraße 17
80686 München

Tel 089 998 461-13

Fax 089 998 461-20

germanretaillab@hartzkom.de

Über das GermanRetailLab

Das GermanRetailLab (GRL e.V.) wurde 2014 von führenden deutschen Handelsmanagern mit dem Ziel des Erfahrungs- und Wissensaustausches zwischen erfahrenen Experten und vielversprechenden Nachwuchsführungskräften gegründet. Der Verein hat die Förderung des Einzelhandels in Deutschland und Europa sowie die Verbesserung seines Images zum Ziel. Dazu beschäftigt er sich mit aktuellen Herausforderungen und Zukunftsfragen, entwickelt dafür neue Konzepte und fördert die Weiterbildung und Vernetzung von Nachwuchsführungskräften.