always the right powder for you
the grinding authority

dia log

leitbild

leitbild leben

aus sicht unserer kunden

new work

Einstellungscheck für Ihre Führungskraft

Habe ich merklich Verantwortung übernommen?

1

Liegt der Fokus meiner Führung auf Chancen und Möglichkeiten?

2

Glaube ich an mich und meine Mitarbeiter? Bin ich motiviert? Habe ich gute Gründe, die zu guten Entscheidungen führen?

3

Erledige ich meine Aufgaben mit Flexibilität, Leidenschaft – und bei allem Ernst mit der nötigen Portion Humor?

4

dressler group

ohne herkunft keine zukunft

Gemeinsam rüsten wir uns für die Zukunft. Bleiben wir im Dialog: Unser Leitbildteam lädt zum Mitmachen ein.

leitbild leben

aus sicht unserer kunden

new work

Von links nach rechts: Axel Dressler, Dr. Wolfram Baumgärtner, Jan Dressler

Ein Leitbild?
Gibt Orientierung, schafft Transparenz und Verlässlichkeit.

In der Luftfahrt ist ein Kompass unverzichtbar, um an sein Ziel zu gelangen. Bei Unternehmen ist das im Prinzip nicht anders: Hier fungiert das Leitbild als (innerer) Kompass. Dazu haben wir uns gefragt, was die Dressler Group in den vergangenen vier Jahrzehnten zu dem gemacht hat, was sie heute ist, mit allen Schwächen und Stärken. Und ob das reicht, um auch in Zukunft unsere Spitzenposition verteidigen und ausbauen zu können.

Bevor wir auf den folgenden Seiten auf unser Leitbild, bestehend aus Vision, Mission und Werten, eingehen und wie wir es praktisch umsetzen wollen, hier die wichtigste Botschaft vorab:

Es muss gelebt werden!

Jeden Tag, von jedem einzelnen Mitarbeiter – Chefs und Führungskräfte selbstverständlich eingeschlossen. Wir müssen täglich überprüfen, wo es einen tatsächlichen Nutzen bringt und wo wir noch etwas nachjustieren können. Was wir dabei immer im Fokus haben:

- Die Selbstverantwortung jedes Einzelnen.
- Einen respektvollen Umgang miteinander.
- Das Bestreben, uns kontinuierlich zu verbessern.
- Unser Denken und Handeln konsequent am Interesse unserer Kunden auszurichten.

Damit die Einführung und Umsetzung unseres Leitbilds gelingt, haben wir ein Leitbildteam ins Leben gerufen. Es stellt den kontinuierlichen Austausch unter uns allen sicher und hilft dabei mit, dass unser Kompass immer in die richtige Richtung zeigt.

dia log

Thomas Wiegand » Wir müssen freiwillig aus Einsicht und Überzeugung Veränderungen angehen. Unsere Ressourcen liegen in der Zukunft. Daher arbeiten wir jetzt aktiv am gemeinsamen Zusammenspiel durch ein konkretes Kulturprogramm. Die Mitarbeit an der Leitbildumsetzung macht Sinn. So kann ich aktiv und kreativ am Veränderungserfolg mitwirken. «

Cerstin Thurisch » Durch Leitbilder kann eine starke Gemeinschaft entstehen, wo jeder sich einbringt und wiederfindet. Ich möchte dabei unterstützen, den Teamgedanken für die Zukunft zu stärken. «

Mit dem Leitbild startet die Dressler Group einen zielgerichteten Erneuerungsprozess. Das Leitbildteam stellt ein einheitliches Verständnis der Werte und Botschaften sicher und gleicht es mit der Wirklichkeit ab. So lassen sich Arbeitsabläufe, Denkmuster und Führungsverhalten den Idealen des Leitbilds annähern. Zudem kann jeder einzelne Mitarbeiter selbst an der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens mitwirken.

leitbild

Jan Dressler » Wir wollen es unseren Kunden in jeder Hinsicht so einfach wie möglich machen. Deshalb sind Flexibilität, kurze Kommunikationswege und ein enger persönlicher Kontakt extrem wichtig. Und deshalb ist es ebenso wichtig, dass das Leitbild mit den Kunden vor Augen tagtäglich gelebt wird – von jedem von uns. «

Weniger Hierarchie - mehr Eigenverantwortung

Agiles Arbeiten bedeutet:

mehr Eigenverantwortung & Kommunikation

weniger Hierarchie & Bürokratie

Mut haben, über Fehler zu reden – und daraus zu lernen

Das Leitbild fasst zusammen, was uns bisher stark gemacht hat, und gibt Orientierung für die Zukunft. Der Dreiklang aus Vision, Mission und Werten spiegelt die Beständigkeit wider, die in unserer sehr dynamischen, extrem anspruchsvollen Branche für die nötige Ruhe sorgt.

Eines ist es aber auf keinen Fall: ein Ruhekissen. Selbstgefälligkeit und Innovationsmüdigkeit werden im Wettbewerb gnadenlos bestraft. Daher werden wir neben dem Leitbild auch einige Elemente des sogenannten agilen Arbeitens einführen. Einen partizipativen Führungsstil etwa; mehr Kommunikation, mehr Delegation und mehr Entscheidungskompetenzen, dafür weniger Hierarchien und Bürokratie; und einen Umgang mit Fehlern, der durch Transparenz die Scheu vor mehr Eigenverantwortung nimmt – und manchmal auch die Furcht zu scheitern.

All das sind keine Maßnahmen zur Überwachung – sondern zur Steigerung des Engagements, der Identifikation und der Verbindlichkeit jedes Einzelnen.

Aufgabe des Leitbildteams ist es daher auch, das Leitbild im täglichen Gebrauch zu überprüfen, Unklarheiten zu beheben – und bei Bedarf Anpassungen anzustoßen.

Die drei Säulen unseres Leitbildes

Vision

Always the right powder for you!

Das bedeutet: Unsere Kunden bekommen das für sie richtige Pulver – und das bekommen sie so nur bei uns.

Mission

To design the right powder for you, we need to understand your process.

Wir erforschen, entwickeln und fertigen für unsere Kunden stets das richtige Pulver, indem wir ihre Märkte, Ziele, Anforderungen, Anwendungen und Prozesse ganzheitlich und lückenlos verstehen.

Unsere Kundenbeziehungen sind partnerschaftlich und vorbehaltlos. Deshalb denken und handeln wir in ihrem Interesse und setzen alles daran, mehr zu leisten, als sie von uns erwarten.

Um das mit größtmöglicher Effizienz und Sicherheit zu erreichen, werden wir von Anfang an von unseren Kunden mit eingebunden.

Werte

Wir tun das Richtige – nicht das Leichte.

Jeder bringt sich voll ein, um die gemeinsamen Ziele zu erreichen.

Wir gehen offen und ehrlich mit den Bedürfnissen unserer Kunden, Kollegen und Lieferanten um.

Qualität und ressourcenschonende Produktion sind der Grundpfeiler unseres nachhaltigen Unternehmenserfolges.

Innovationen sind unsere Leidenschaft.

Wem würden wir fehlen, wenn es die Dressler Group nicht gäbe?

Und was würde fehlen?

Wer könnte uns voll-umfänglich ersetzen?

Vor allem: Was macht uns im Kern aus – und vielleicht einzigartig?

Warum das Leitbild so wichtig ist – oder: wie es dem Unternehmen, den Kunden und jedem Einzelnen von uns nützt

Mit dem Leitbild beschreiben wir die Grundhaltung und das Selbstverständnis der Dressler Group, uns selbst und unseren Kunden gegenüber. Daraus entsteht ein Zielbild auch für jeden Einzelnen von uns. Es soll uns bei Fragen helfen wie beispielsweise: Wo kann ich (mehr) Verantwortung übernehmen? Wo kann ich mich am besten einbringen und stolz auf das Erreichte sein? Welche Prioritäten sollten wir setzen? Wie kommunizieren wir miteinander? Und vor allem: Wie können wir Rahmenbedingungen schaffen, unter denen wir uns wertgeschätzt fühlen und aus Freude an Innovationen immer einen Schritt über das nötige Maß hinausgehen – oder vielleicht auch zwei?

Für uns als Geschäftsleitung und für alle Führungskräfte ist das Leitbild eine Herzensangelegenheit. Wir wollen damit eine vertrauensvolle Atmosphäre schaffen, in der Mitarbeiter zu Mitdenkern werden. In der jeder verinnerlicht, dass es uns allen gut geht, wenn es unseren Kunden gut geht. Und die dafür sorgt, dass niemand woanders als bei uns arbeiten möchte. Das nimmt uns in die Pflicht. Und gleichermaßen unsere Mitarbeiter. Denn jeder muss dem anderen offen sagen, was er sich erwartet und welche Unterstützung er dabei braucht.

Wir stellen unsere
Kunden zufrieden –

und machen sie dadurch
immer anspruchsvoller

dressler group bedeutet:
gemeinsam wachsen

Wofür uns unsere Kunden schätzen …

Kundenorientierung

Service

Zuverlässigkeit

… und wo wir noch eine Schippe drauflegen können:

Beratung

Innovation

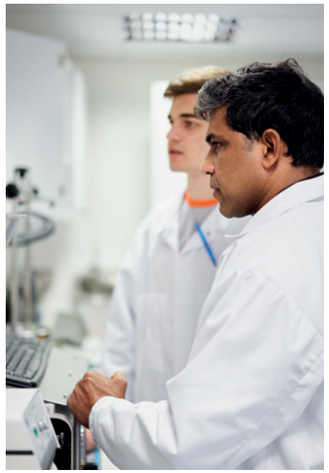
Preis-Leistungs-Verhältnis

Das hat unsere Kundenzufriedenheitsbefragung im vergangenen Jahr ergeben. Die Umsetzung des Leitbilds unterstützt uns dabei, unsere Stärken auszubauen. Vor allem aber schärft es unseren Blick für das, was wir noch besser machen können.

Indem wir das Richtige, nicht das Leichte, tun, sind wir erst zufrieden, wenn es unsere Kunden sind. Indem wir an gemeinsamen Zielen arbeiten und leidenschaftlich Innovationen entwickeln, können wir den Wünschen unserer Kunden immer einen Schritt voraus sein – und ihnen mehr bieten, als sie erwarten. Indem wir offen und ehrlich kommunizieren, genau zuhören und in höchster Qualität und ressourcenschonend produzieren, sind wir für unsere Kunden unseren Preis wert.

Das haben wir auch auf der jüngsten Leiterklausur in unsere Maßnahmenplanung aufgenommen. Konkret werden wir

- Innovationsprozesse systematisieren,
- Key Accounts benennen,
- ein Lernzentrum aufbauen (was im Rahmen unseres neuen Innovation Campus geschehen wird),
- eine neue Managementstruktur umsetzen,
- die Schnittstellenkommunikation verbessern sowie
- bei der Dressler Group im Allgemeinen und der DGCS im Besonderen Prozesse und Abläufe optimieren.



Reden wir miteinander

Das Leitbildteam stellt sich vor

Das Kernteam besteht aus Cerstin Thurisch, Thomas Wiegand und Claudia Rosenberger. Leitbildpaten sind Simone Zwick, Dimitrij Amen, Stephan Gennrich, Stefan Wins, Georg Ginter und Adrian Ellermann. Soweit nicht ohnehin bekannt, werden die Mitglieder im Detail auf unserer neuen Intranet-Seite vorgestellt. Sie werden (neben der jeweiligen Führungskraft) die erste Anlaufstelle für Fragen zum Leitbild und zur praktischen Umsetzung sein. Und selbstverständlich stehen sie nicht nur jederzeit persönlich, sondern auch per E-Mail an *leitbildteam@dressler-group.com* zur Verfügung.

Die wichtigsten Aufgaben

Screening, Priorisierung und GF-Vorlage des Feedbacks
In der Einführungsphase wird das Leitbildteam das Feedback sammeln, sichten, thematisch bündeln und priorisieren. Im Anschluss werden die Ergebnisse der Geschäftsleitung vorgestellt und gegebenenfalls Handlungsinitiativen daraus abgeleitet.

Sprachrohr der Belegschaft
Das Leitbildteam ist – dauerhaft – die direkte Verbindung zur Geschäftsführung. Das gilt ganz besonders, sobald Probleme mit der Umsetzbarkeit auftauchen sollten. Betroffene werden zu Beteiligten, Widerstände werden erkannt und ernst genommen, Erfolge werden kommuniziert und die Unternehmenskultur wird laufend weiterentwickelt. Und selbstverständlich: Zwischen dem Team und der Geschäftsleitung findet ein regelmäßiger Austausch statt.

Monitoring von Initiativen
Das Team achtet darauf, dass geplante und von der Geschäftsführung unterstützte Initiativen zur Schließung von Lücken zwischen der Theorie und der Praxis auch in die Tat umgesetzt werden. Nur so kann das Leitbild ein lebendiger Bestandteil der DG-Unternehmenskultur werden.

Visualisierung des Leitbilds – und des Feedbacks
Das Leitbild soll kontinuierlich durch Positivbeispiele im Rahmen des Feedbacks mit Leben gefüllt werden. Diese Beispiele werden sichtbar gemacht werden. Selbstverständlich freut sich das Leitbildteam über jegliche Art konstruktiven Feedbacks – und wird die Anfragen immer vertraulich behandeln.

Die drei F:

Fördern.
Fordern.
Fehler machen.

Ohne Ziele keine Erfolge

Jeder kennt Sprüche wie diese: Fördern und fordern. Oder: Man wächst mit seinen Aufgaben. Oder: Wer den Hafen nicht kennt, für den ist kein Wind günstig. Konkret heißt das: Wir wollen jedem einzelnen Mitarbeiter in unserem Unternehmen die Chancen bieten, individuelle Bestleistungen zu erbringen und Wertschätzung zu erfahren.

Dazu müssen wir vorab realistische Ziele definieren und die Fortschritte messen. Auch hier dienen uns Vision, Mission und Werte zur Orientierung. Wir leisten jede Hilfe und legen größten Wert auf Qualifizierungsmaßnahmen. Und wir erwarten, dass sie auch aktiv eingefordert werden. Wir fördern und fordern Selbstverantwortung, einen respektvollen Umgang, eine konsequente Kundenorientierung und kontinuierliche Verbesserung.

Axel Dressler » Bei der Bewältigung anspruchsvoller Aufgaben ist die Frage nicht, ob man Fehler macht, sondern nur, wann. Ich glaube, man sollte natürlich so wenig wie möglich machen, aber so viele wie nötig – und dann daraus lernen. Wir wollen ein Umfeld schaffen, in dem das möglich ist. Unbedingte Voraussetzungen: Verbindlichkeit und Offenheit bei allen Beteiligten. «

Fehler machen – aber richtig

Wir werden ein Fehlermanagementsystem installieren, das beispielsweise diese drei Kategorien enthalten könnte:

› Vermeidbare Fehler.

› Komplexitätsbedingte Fehler.

› Kluge Fehler.

Dabei werden wir definieren, welche Strategien und Lösungsansätze zur Fehlervermeidung beitragen und wie fehlerbedingte Konsequenzen aussehen könnten. Die wichtigsten Voraussetzungen: Verbindlichkeit und Offenheit bei allen Beteiligten. Und etwas Humor könnte nicht schaden.

Durch Leitbilder kann eine starke Gemeinschaft entstehen, wo jeder sich einbringt und wiederfindet.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen, jetzt ist abschließend noch mal Ihre Meinung gefragt – an uns oder an das Leitbildteam:

Worum sollte sich das Leitbildteam noch kümmern?

Welche Fragen haben Sie zum Leitbild im Allgemeinen und zu Vision, Mission und Werten im Besonderen?

Welche Veränderungen sollten vorangetrieben werden? Und welche als Erste?

Welche Werte sehen Sie gut vorgelebt – und welche weniger?

Wo sehen Sie das Prinzip „Fordern und Fördern“ gut umgesetzt – und wo weniger?

Auf einer Skala von 1 (nicht hilfreich) bis 10 (sehr hilfreich): Als wie hilfreich schätzen Sie das Leitbild für Ihren Arbeitserfolg und Ihre Zufriedenheit ein?

Alle Fragen, Anregungen und Feedback jeglicher Art und jederzeit gern an *leitbildteam@dressler-group.com.*

Mitglieder des Leitbildteams

Name	Abteilung	Betriebszugehörigkeit	Unternehmensteil
Leitbildteam			
Cerstin Thurisch	Leiterin Head Office	4 Jahre	dgcs
Thomas Wiegand	Controlling	25 Jahre	dgcs
Leitbildpaten			
Simone Zwick	After Sales	25 Jahre	dgcs
Dimitrij Amen	Produktionsmanagement	18 Jahre	linus
Stephan Gennrich	Produktion	8 Jahre	linus
Stefan Wins	Produktion	18 Jahre	godding + dressler
Georg Ginter	Instandhaltung	18 Jahre	dgcs
Adrian Ellermann	Instandhaltung	1/2 Jahr	dgcs

Impressum

Herausgeber Dressler Group Customer Service GmbH, Meckenheim
Konzeption, Text Ireonet — Claudia Rosenberger, Hannes Nickl, München
Gestaltungskonzept, Art Direction, Design BUREAU KUEPPERS — Pascal Küppers, Köln
Fotografie Hartmut Nägele, Düsseldorf
Lektorat ADDON Technical Solutions GmbH, Düsseldorf
Druck Warlich Druck Meckenheim GmbH, Meckenheim

FSC www.fsc.org RECYCLED Papier aus Recyclingmaterial FSC® C084390