

JAHRESTAGUNG DIALOG TEXTIL-BEKLEIDUNG

Stärken loben, Schwächen akzeptieren

Unter dem Motto „Dialog schafft Partnerschaft“ fand die Jahrestagung der Initiative Dialog Textil-Bekleidung (DTB) in Aschheim statt. 150 Besucher nahmen an den Plenarvorträgen zu den Themen Personalmanagement, Nachhaltigkeit und Wissensmanagement teil. Im Fokus der Veranstaltung standen gelungene Beispiele für zufriedenes Personal.



Michael Beutner von ConSol verriet, was ein positives Arbeitsklima alles bewirken kann.



Alexander Gedat von Marc O'Polo will, dass seinen Mitarbeitern die Arbeit ebenso viel Spaß macht wie ihm.



Kilian Hochrein von Gore stellte unterschiedliche Konzepte zum Thema Nachhaltigkeit in der Industrie vor.

►► In ihrer Begrüßungsrede vergaß Anna Nieß, Geschäftsführerin des DTB, es nicht, auch das Ende der textilen Kette zu berücksichtigen: die Textilpflege. Insbesondere in diesem Punkt sieht der DTB noch Verbesserungsmöglichkeiten, was die Abstimmung zwischen Fabrikation und Pflege angeht. „Außerdem kennen gerade einmal 15 Prozent der Bevölkerung die Pflegesymbole“, erklärte Anna Nieß. Und das, obwohl diese bereits im Jahr 1975 von der Internationalen Organisation für Textilpflegekennzeichen GINETEX (Groupement International d'Etiquetage pour l'Entretien des Textiles) eingeführt wurden. Hier sei auch von Seiten der Industrie noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten, so Nieß. Die Geschäftsführerin des DTB ist auch im Vorstand der EFIT tätig und unterstützt in diesem Rahmen das FashionCare-System. FashionCare ist das Qualitätssicherungs- und Kundenbindungssystem der EFIT. Bereits beim Kauf der Bekleidung empfiehlt der Händler seinen Kunden dem System angeschlossene Textilreinigungen.

Die Geschäftsführerin stellte im weiteren Verlauf der Veranstaltung die unterschiedlichen Projekte des DTB vor, die von E-Commerce, Risk-Management und Zertifizierung bis hin zu CSR reichten.

Über die hohe Teilnehmerzahl freute sich auch Hans-Theo Baumgärtel, Vorstandsvorsitzender des DTB. „Zu Zeiten der Krise schnallen vielen Unternehmen ihre Budgets enger – dafür haben wir hier ein hervorragendes Ergebnis“, resümierte er.

Martin Laschkolnig vom Institut für Potenzialentwicklung in Österreich erklärte in seinem Vortrag, wie fünf Schritte zu moti-

vierten Führungskräften und begeisterten Mitarbeitern führen können. In deutschen Unternehmen sei die Motivation der Mitarbeiter, auch im internationalen Vergleich, eher gering. Das Meinungsforschungs- und Unternehmensberatungsinstitut Gallup erhebt seit Jahren weltweit die emotionale Bindung der Mitarbeiter an ihr Unternehmen. Im Jahr 2008 fühlten nur 13 Prozent der deutschen Mitarbeiter eine hohe emotionale Bindung an ihr Unternehmen – 67 Prozent machten Dienst nach Vorschrift und 20 Prozent hatten gar keine emotionale Bindung. „Dazu muss man sich klarmachen, dass Mitarbeiter, die keine Bindung zu ihrem Unternehmen haben, innerlich schon gekündigt haben oder bereits beginnen, ihren Betrieb absichtlich zu sabotieren“, warnte Laschkolnig. Dieses Ergebnis sei allen voran deshalb so erschütternd, weil diese Angestellten nicht nur nachweislich schlechter in ihrem Betrieb arbeiten, sondern in der Regel auch ein negatives Image nach außen transportieren.

Dagegen hätten Mitarbeiter mit hoher Bindung an ihr Unternehmen 50 Prozent weniger Krankheitstage und produzierten weniger Flüchtigkeitsfehler. Kreativität und Innovationsfreude seien bei ihnen ebenfalls signifikant stärker ausgeprägt.

Um möglichst viele Mitarbeiter mit hoher emotionaler Bindung an das eigene Unternehmen zu formen, empfahl der Referent eine Strategie in fünf Schritten.

Fünf Schritte zum Erfolg

■ Zuerst müsse Sicherheit hergestellt werden. Hierzu benötige es klare Regeln und Vorschriften als Basis für eine gelungene Kommunikation. „Nur wenn ein Mitarbeiter sich sicher fühlt, kann er Kreativität und Selbstkritik entwickeln“, erklärte der Motivationscoach.

■ Als zweiter Schritt müsse die eigene Identität des Mitarbeiters unterstützt werden. „Dazu gehört auch, dass Stärken gelobt und Schwächen akzeptiert werden. Jeder muss tun, was er am besten kann.“

■ Als nächsten Schritt empfahl Laschkolnig, gezielt ein Zusammengehörigkeitsgefühl zu fördern. Hierzu gehörten eine starke Firmenethik und möglichst viele gemeinsame Unternehmungen, wie z.B. Betriebsfeiern oder Lehrgänge.

■ Als Schritt Nummer vier bezeichnete er „Sinn und Vision“ des Unternehmens. „Legen Sie Kernwerte fest wie z.B. Freude, Präzision, Sauberkeit und so weiter. Formulieren Sie Ihr Statement als Bild und benutzen Sie Aussagen, die wirklich jeder verstehen kann“, empfahl Laschkolnig.

■ Den letzten Schritt des Strategieplans ließ er dagegen fast gänzlich unter den Tisch fallen. „An den Produktionskompetenzen mangelt es in Deutschland in der Regel nicht.“ Hier fehle es nur selten an der Qualität der Produkte, was jedoch nicht dazu führen dürfe, Führungskompetenzen zu vernachlässigen.

Die Firma ConSol scheint viele dieser wertvollen Tipps bereits verinnerlicht zu haben. Das IT-Beratungs- und Softwarehaus wurde im Mai bereits zum vierten Mal in Folge zu einem der Toparbeitgeber Europas gewählt. Im Rahmen des Wettbewerbs

Spaß bei der Arbeit

erreichte ConSol als bestes deutsches Unternehmen den dritten Platz in der Kategorie „Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern“. Besonders positiv wirkten sich die Bewertungen hinsichtlich Flexibilität bei den Arbeitszeitmodellen, demokratische Unternehmensführung sowie Transparenz in der Unternehmenskommunikation aus.

Michael Beutner, Geschäftsführer Technik der ConSol GmbH, erläuterte: „Unsere Mitarbeiter sind unser einziges wirkliches Kapital. Der Rest sind ein paar Computer und ein Rechenzentrum.“ Zu Weihnachts- und anderen Betriebsfeiern seien grundsätzlich auch die Familien der Mitarbeiter eingeladen. ConSol fördere über dies hinaus gezielt eine Arbeits- und Lernkultur, in der feste Zeiten für Fort- und Weiterbildung eingeplant seien. „Wir haben auch ein Forum, in dem Wünsche und Beschwerden geäußert werden können“, erklärte Beutner. Kommunikation wird groß geschrieben und ein respektvoller, lockerer Umgang gepflegt. „Vom Geschäftsführer bis zum Azubi duzen sich alle, und wenn ein Kunde einmal Lob ausspricht, machen wir das grundsätzlich öffentlich.“ Besonders stolz sei man auch darauf, dass ein Frauenanteil von mehr als 20 Prozent erreicht werden konnte. In der IT-Branche eine Seltenheit.

Das Durchschnittsalter bei ConSol liegt bei 33 Jahren. Daher arbeiten im Betriebe viele junge Mütter und Väter, die sich nicht zwischen Beruf und Familie zerreißen wollen. „Wir bieten daher Möglichkeiten für Home-Office, flexible Arbeitszeiten und individuelle Teilzeitmodelle“, erklärte Beutner. Auch eine direkte Gewinnbeteiligung motiviert die Mitarbeiter zusätzlich, Höchstleis-

SoCom

Mit TIKOS in die Zukunft



- Organisationssoftware für Wäschereien
- Mobiles Tourenmanagement
- Internetportale für Berufsbekleidung, Bewohner- und Stationswäsche

Software mit System

TIKOS

SoCom
Informationssysteme GmbH
Dr.-Rothermel-Straße 5
D-86381 Krumbach
Fon +49 (8282) 881606-0
Fax +49 (8282) 881606-90
info@socom.de · www.socom.de

Mangelprodukte?



Nur einen Klick entfernt.



Einkaufen wann Sie wollen unter:
www.wilhelm-network.de

Wir sorgen dafür, dass alles glatt geht.



Kleinsachsenheimer Str. 26 · 74321 Bietigheim-Biss. · Tel. 07142 / 93 410

tungen zu erbringen. „Jeder bei uns weiß, wie viel Umsatz die Firma erzielt, und unsere Mitarbeiter übernehmen im Bereich des Vertriebs sehr viel selbst“, so Beutner. Dadurch erreiche man zusätzlich eine sehr hohe Kundenbindung.

Diese Unternehmensstrategie zahlt sich jedoch nicht nur im IT-Sektor aus. Auch das bekannte Bekleidungsunternehmen Marc O'Polo richtet sich nach einer ähnlichen Firmenphilosophie. „Freie, vertrauensvolle Zusammenarbeit ist uns auch sehr wichtig“, versicherte Alexander Gedat, Vorstand im Bereich Vertrieb.

Zusammengehörigkeitsgefühl stärken

Während man in den ersten Jahren noch Champagnerflaschen bei positiven Umsatzzahlen verschenkt habe, leiste man

sich und seinen Mitarbeitern inzwischen auch mal einen Urlaub im Robinson-Club oder eine Party mit der Crew von Abba-Mania. „Das macht einfach Spaß und so sollen unsere Mitarbeiter die Arbeit bei uns auch empfinden“, erklärte Gedat. Doch nicht nur den eigenen Mitarbeitern wolle man ein Stück des Erfolgs abgeben. Mit einer Spendenaktion für UNICEF konnte Marc O'Polo 160.000 Euro zusammenbringen und mehrere Schulen bauen. Solche Aktionen wirkten sich stets positiv auf die Teammoral und natürlich auch auf das Image der Marke aus.

Regelmäßige Mitarbeiterzufriedenheitsbefragungen gehören bei Marc O'Polo zur Firmenkultur dazu. „Bei der Frage, ob die Arbeit Spaß macht, erreichen wir eine 1,5“, berichtete Gedat. Dieser Wert freue ihn ganz besonders, da Personalfluktuations für das Unternehmen eines der höchsten Risiken bildet. Einen Betriebsrat haben übrigens weder ConSol noch Marc O'Polo.

Der Markt für IT-basierte Lösungsansätze wäscht rasant. Dienstleistungen umfassen dabei häufig nicht nur Qualitätskontrollen und Laborprüfungen, sondern auch regelmäßige Inspektionen, Systemzertifizierungen und Sicherheitsprüfungen. Ein solches Angebot unterbreitet z.B. das Unternehmen Intertek seinen Kunden. „Wir unterstützen unsere Kunden durch unsere langjährige Erfahrung, tiefgreifende Expertise und die nötigen Ressourcen“, erklär-



Anna Nieß bedankte sich bei Referent Martin Laschkolnig für seinen motivierenden Vortrag. Fotos: Zimmermann

te Stella Lee, Global Key Accountant Manager von Intertek. Unterschiedliche Benchmarktools sollen Vergleiche mit anderen Mitbewerbern und bessere Überprüfbarkeit der eigenen wirtschaftlichen Situation ermöglichen.

Hans-Peter Werminghaus, Geschäftsführer der BTI GmbH, erklärte in seinem Vortrag, wie effektives Wissensmanagement mit Hilfe von modernen Medien aussehen kann. Er stellte eine Onlinedatenbank vor, die Qualitätsmanagern und Produktionsberatern im Textilbereich unter die Arme greift und mit Bild- und Videomaterial kombiniert werden kann.

Damit Wissen nicht verloren geht

Was hat nun die sächsische Forstverordnung aus dem 17. Jahrhundert mit Textilien zu tun? „Der Begriff Nachhaltigkeit stammt aus genau dieser Bestimmung des 17. Jahrhunderts und meint nichts anderes als ein gesundes Verhältnis zwischen Ertrag und Ertragsfähigkeit“, erklärte Kilian Hochrein von der Firma Gore & Associates. Bekleidung gehört laut einer EU-Umfrage zu den zehn wichtigsten Konsumbereichen der Bevölkerung. „Da etwa fünf bis zehn Prozent der Umweltbelastungen in der EU auf Kosten der Bekleidungsbranche gehen, lohnt es sich, diese Aspekte im Auge zu behalten“, erklärte Hochrein und stellte erfolgreiche, nachhaltige Konzepte vor. So hatte z.B. ein Textilhersteller in Zusammenarbeit mit der englischen Hilfsorganisation Oxfam Gutscheine für neue Bekleidung herausgegeben, wenn eine bestimmte Menge an Altkleidern in den Oxfam-Shops abgegeben wurden.

Weiterhin erklärte er die Entwicklung unterschiedlicher europäischer Umweltorganisationen im Überblick. Im Eco Index Framework, dem auch Gore angehört, werden Indikatoren und Messmethoden für die Industrie zusammengefasst, um eine bessere Materialauswahl treffen zu können. Hierdurch soll Bürokratisierung verhindert und sinnvolle Gesetzgebung unterstützt werden. „Risiken im Bereich von Streiks, Schadstoffen oder Werkschließungen können wir somit effizient vorbeugen“, ist Hochrein überzeugt. Nach einem informationsreichen Tag verabschiedete Anna Nieß die Teilnehmer. „Ich hoffe, ich kann Sie hier im nächsten Jahr auch wieder begrüßen“, schloss sie die Veranstaltung und lud zur nächsten Jahrestagung am 18. November 2010 ein, an dem der DTB auf sein 25-jähriges Bestehen zurückblicken kann. ◀

Jennifer Zimmermann

INFORMATION | FASHIONCARE

Die gesamte textile Kette im Blick

Vor 24 Jahren wurde der DTB als Zusammenschluss der Textilindustrie ins Leben gerufen. Heute zählt der Verband 163 Mitglieder mit einem Umsatzaufkommen von ca. 20 Milliarden Euro. Hier haben Institute, Hochschulen, Zutatenersteller, Handel, Textilpflege und andere Dienstleister der Textilbranche die Möglichkeit, Zukunftsstrategien zu entwickeln und sich in einer übergreifenden Plattform auszutauschen. Gemeinsam sollen Standards entwickelt werden, um den hohen Anforderungen in der Textil- und Modebranche gerecht zu werden.

Der DTB unterstützt unter anderem auch das FashionCare-System, welches bereits beim Kauf eines hochwertigen Bekleidungsstücks eine Textilverreinigung empfiehlt, die den FashionCare-Qualitätsstandards entspricht. Der Kunde erhält dann 50 Prozent Nachlass auf die erste Reinigung.