

Leitbild für die Netzwerkstadt

Leitbildteam

Dienstag Jour Fix – 24.11.2009

Nachhaltiges Handeln ist wie Wählen –

Natürlich ist es richtig,

aber ich alleine mache doch keinen Unterschied...

Agenda

- Leitbild - wozu?
- Die Crux mit den diversen Zielgruppen
- CS Prozess leicht verdaulich
- Das Leitbild – ein Draft
- Gut, schön und wahr - symbolisiert
- Zusammenfassung und nächste Schritte

Kurze **normative** Definition "Leitbild"

Gute Leitbilder

- **orientieren**
- **motivieren**
- **werben**

indem sie

- **Mission**
- **Vision**
- **Werte**

**einer Organisation
nachweislich überzeugend
formulieren.**



Wen gilt es zu überzeugen?


Vor allem die Die-hards!

Müßige Träumer haben echten Visionären einen schlechten Ruf gegeben

Robert Fritz

- Die Crux mit den diversen Zielgruppen

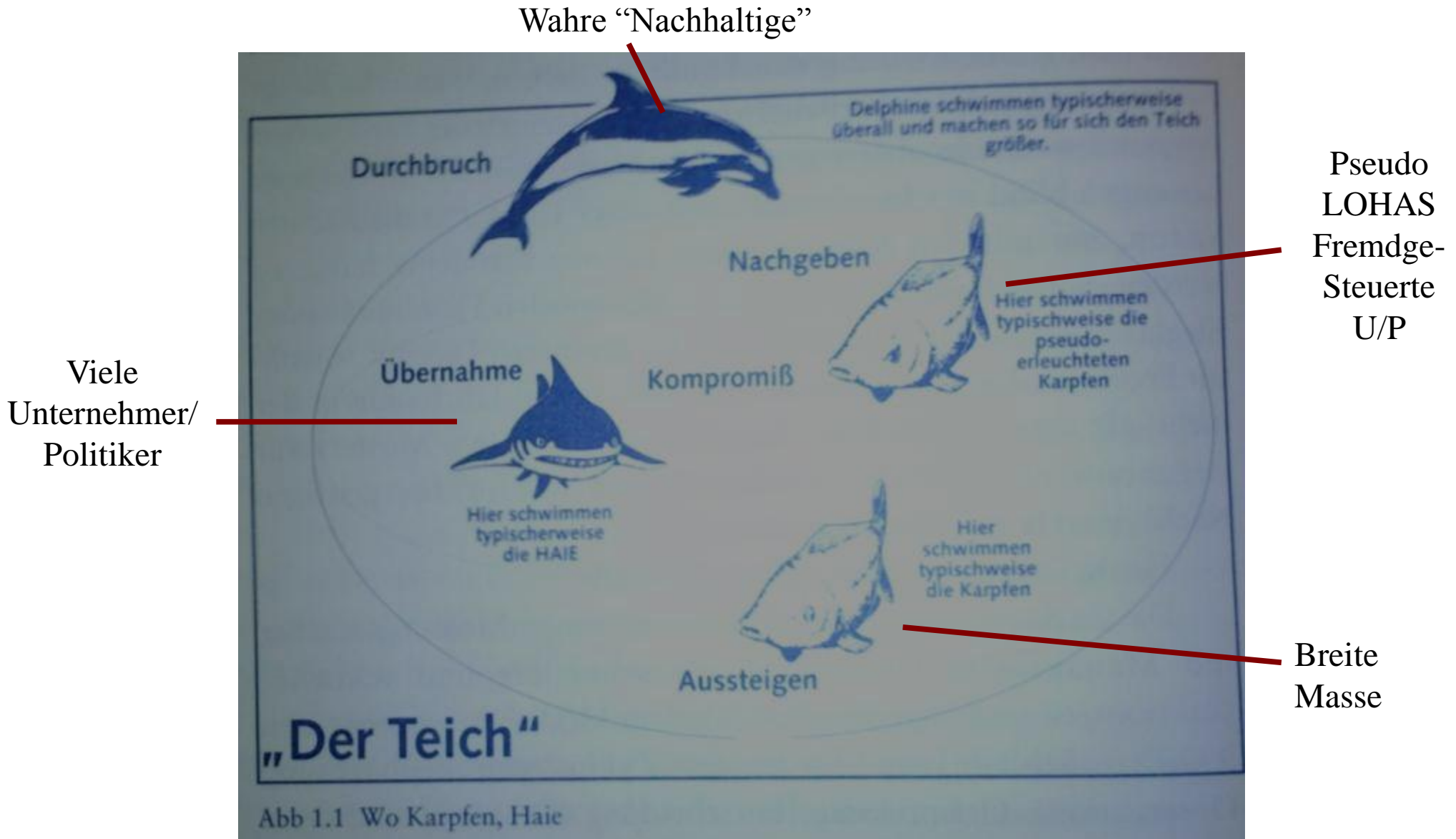
Der Startpunkt – Missverständnisse

- Ihr lebt Nachhaltigkeit und wir sehen es als einzigen Weg, um das langfristige Überleben zu ermöglichen
 - Nachhaltigkeit hat nicht unbedingt mit Spiritualität zu tun. Die Liebe und Verbundenheit zur Natur leitet sich auch aus Selbsterhaltung ab
 - Nachhaltigkeit kreiert eine positive und lebenswerte Zukunftsvision – mit anderen Schwerpunkten als heute
- 
- Wachstum und Konsum sind cool
 - Nachhaltigkeit ist das neue New Age – eine Mischung aus Spinnerei und Pseudoreligion und ist daher suspekt
 - Nachhaltigkeit bedroht, ja zerstört den modernen Way-of-Life und wird in Arbeitslosigkeit und vermindertem Lebensstandard enden

Eine auf Kooperation setzende Bewegung darf nicht erzwingen!

Wie erkaufen wir uns die Zeit, um die Zweifler mitzunehmen?

Die Zielgruppen – Ein Versuch der Visualisierung



Wie adressiert man diese Zielgruppen

“Delfine”:

- Wir sind schon da...

“Haie”:

- Abholen in ihrer Welt des schneller, höher, besser; langsam/schrittweise bekehren
- Aufzeigen einer Alternative, in der sie sich immer noch ausleben können
- Vorgeben von Rahmenbedingungen, die sie zur Nachhaltigkeit lenken

“Karpfen”:

- Nehmen der Angst vor der Zukunft mit einer lebenswerten Zukunftsvision
- Anleitung zur Nachhaltigkeit, der sie folgen können (ein Kochrezept)
- Schutz vor Unterdrückung durch die “Haie”

“Pseudo-erleuchtete Karpfen”:

- Haie ausschalten, dann agieren sie wie Delfine

Problem: Unsere aktuelle Kommunikation funktioniert für alle ausser den Haien!

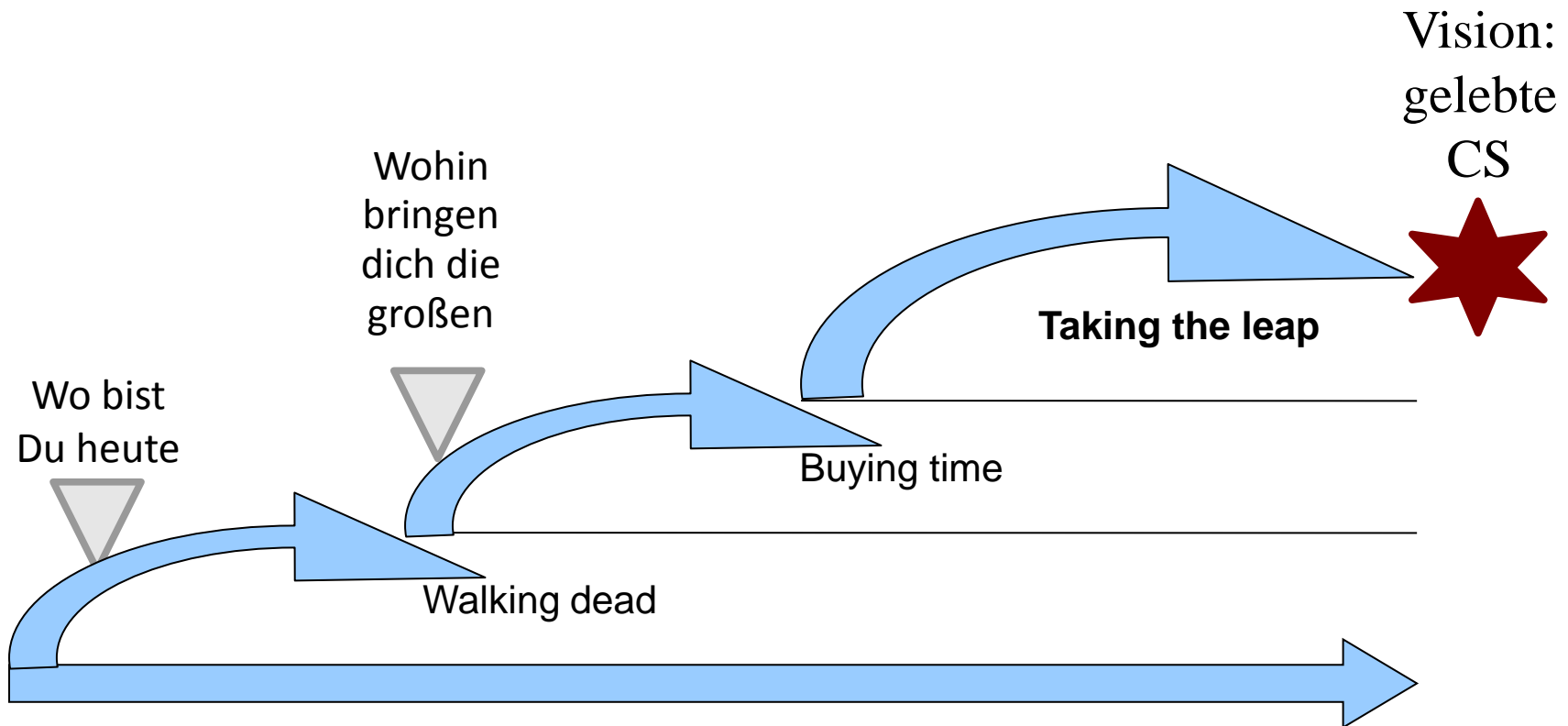
Diplomacy is the art of letting
someone else have your way.

Daniele Var

- CS Prozess leicht verdaulich

Wie hole ich "sie" ab ohne zu Überfordern

(ein kleiner Exkurs)



2 Schritt System

- 1 Beginnen in der Comfort-zone – Ihr habt schon einiges erreicht
Also machen wir Phase 2 und einen Phase 3 Pilot (ein Produkt C2C)
 - 2 Potential von Phase 3 erkannt und Denkweise etabliert – auf zum Ziel CR
- ... Zielerfüllung messen unterwegs mit CS Balanced Scorecard

Leitbildkomponenten um Zielgruppen zu erreichen

Leitbildessay:

Gelebte Nachhaltigkeit und
Corporate Sustainability

Philosophisch, visionär,
inspirierend

“Das ist die gute, schöne und
wahre Option für eine
lebenswerte Zukunft

Haie

One-pager

“Vision vom nachhaltigen
Unternehmen”
(Im System Modell)

CS konkret

“Was bringt das dem
Unternehmen”
(Liste mit diversen
Ansatzpunkten zur Diskussion)



**Leichte
Überleitung zum
NWS Angebot**

Agenda

- Leitbild - wozu?
- Die Crux mit den diversen Zielgruppen
- CS Prozess leicht verdaulich
- Das Leitbild – ein Draft
- Gut, schön und wahr - symbolisiert
- Zusammenfassung und nächste Schritte

Without further ado I give you...



Kernaussagen: Leitbild Corporate Sustainability

Verständigung auf das Wesentliche eines zeitgemäßen Wirtschaftens

Epoche des Lernens und Lebens globaler Verantwortung

Bildung von kollektiven „globalen“ Intelligenzen von Menschen, Gruppen, Organisationen, Kooperationen und Netzwerken

- Ist meine Art des Wirtschaftens und Konsumierens global fair?
- Werden die Produkte ökointelligent erzeugt?
- Sind Dienstleistungen heilvoll und gesundend?

Planet Erde als Heimat, die liebevoll gepflegt und bewahrt wird

Agieren innerhalb von Grenzen sozialer und natürlicher Tragfähigkeiten

Das neue Leitbild Nachhaltige Entwicklung



Kernaussagen: Leitbild Corporate Sustainability

Verständigung auf das Wesentliche eines zeitgemäßen Wirtschaftens

Corporate Sustainability: Akzeptanz der epochalen Herausforderung als echte Markt- und Innovationschance

Globale Verantwortung, Fairness, heilvolle Produkte – plus mehr...

Prozess ständiger Weiterentwicklung, das Erlernen der Zukunftsfähigkeit



Kundenwünsche UND Beitrag zum Ganzen als Impulsgeber

Globale Verantwortung als Kernprozess einer zeitgemäßen Unternehmensentwicklung

Kernaussagen: Das Gute - Ethik

Vati, was hat denn das Zebra noch gerufen?

Keine Ahnung. Irgendwas von "Ethik", oder so...



Die Wahrheit ist das Ganze (Hegel)

Normen für richtig und falsch -> sittliches Handeln von Unternehmen

Ethik überwindet Konvention und Moral -> Zukunftsfähigkeit.

Veraltete Werte loslassen und Barrieren durchbrechen

Auch darauf achten, WIE Ziele erreicht werden

Wer sinnvoll handelt fühlt, dass er nicht umsonst lebt.

Kernaussagen: Das Schöne - Ästhetik

Vollkommenheit = Reduktion auf das Wesentliche

Intelligentes Design: Funktion und Emotion – Ein Baum als Gebäude

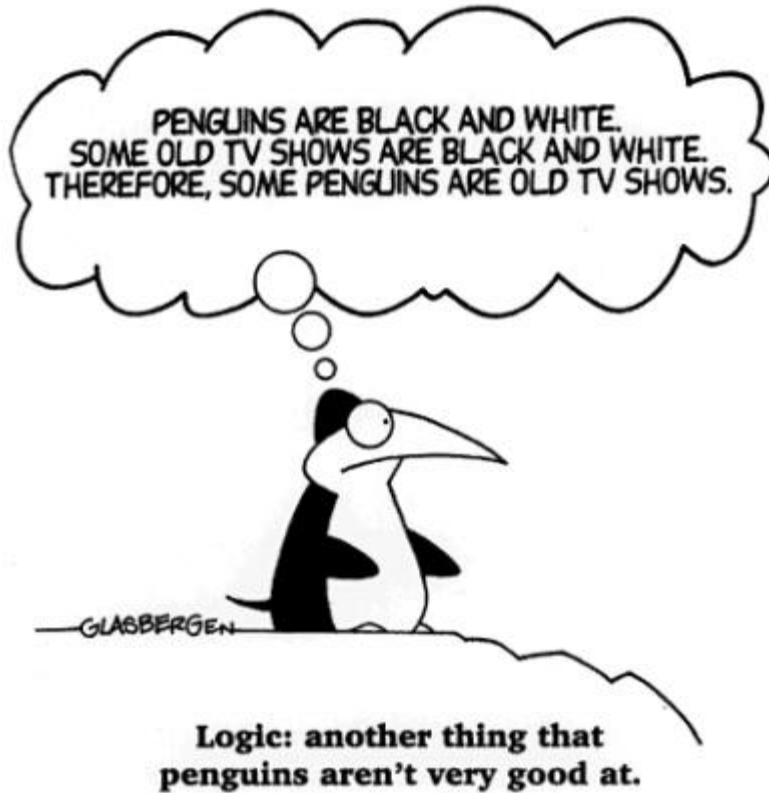


Schöne Dinge sind Teil einer großen und harmonischen Kreislaufkultur

Harmonie und Einfachheit in der Sache und der Lösung

**Gefühlte Schönheit führt zu
Gesundung von Körper und Seele**

Kernaussagen: Das Wahre - Logik



Klärung der Gedanken
Keine Lehre, sondern eine Tätigkeit

CS benötigt Basis der Wahrheit.
Klar dargestellt, scharf abgegrenzt.

Messbarkeit und Vereinbarung der
Mess- und Beobachtungskriterien

„Elemente des Wirkungssystems“ in Gesamtheit
erkennen und in Lösung miteinbeziehen

$$CS = (m*s*g)^{eal}$$

Leitbildessay:

Gelebte Nachhaltigkeit und
Corporate Sustainability

Philosophisch, visionär,
inspirierend

“Das ist die gute, schöne
und wahre Option für eine
lebenswerte Zukunft

One-pager

“Vision vom nachhaltigen
Unternehmen”
(Im System Modell)

CS konkret

“Was bringt das dem
Unternehmen”
(Liste mit diversen
Ansatzpunkten zur
Diskussion)

One-pager CS Leitbild: Wirtschaft

Unsere Kernaufgabe ist es, Produkte und Dienstleistungen **gewinnbringend** herzustellen. Dabei ist der Maßstab des Erfolges der **Beitrag** für uns und unsere Kunden, als auch **zum Ganzen**; also alle im Umfeld entstehenden Werte und Auswirkungen. **Selektives Wachstum** wird innerhalb der **Grenzen der** sozialen und natürlichen **Tragfähigkeit** angestrebt.



One-pager CS Leitbild: Gesellschaft



Unsere Position innerhalb der Gemeinschaft definiert sich durch **ganzheitliche Verantwortung** für das Wohlergehen unserer Umgebung. Dabei orientieren wir uns an **Gerechtigkeit**; Zwischen den Menschen der Gegenwart und zwischen den **heutigen und künftigen Generationen**. Wir **kooperieren** mit Stakeholdern aus allen Bereichen um den Wissenspool der Gemeinschaft ständig zu erneuern und in den Dienst der Allgemeinheit zu stellen.

One-pager CS Leitbild: Natur

Wir streben nach der **Erhaltung** der Lebensgrundlage für die Menschheit und der Artenvielfalt. Im Gebrauch von Ressourcen arbeiten wir mit **geschlossenen Kreisläufen**, die Wirtschafts- und Lebensgrundlagen Wert bringend einsetzen und für die **Zukunft erhalten**. Erneuerbaren Rohstoffen und emissionsfreien Prozessen kommt dabei die wesentliche Bedeutung zu.



CR Konkret – das nachhaltige Unternehmen

- erhält die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit
- sichert die unternehmerische Wettbewerbsfähigkeit
- strebt nach qualitativem Wachstum
- verfolgt eine langfristige Ausrichtung der Wirtschaftsweise und Strukturen
- erkennt, schafft und nützt Marktchancen für Öko-Innovationen
- befriedigt die (Grund-) Bedürfnisse der lebenden Generationen auf kluge und effektvolle Weise
- strebt nach Verteilungsgerechtigkeit zwischen den Generationen



- erhält gesellschaftlichen Wohlstand und die Kaufkraft
- sichert das im Unternehmen vorhandene Wissen
- veröffentlicht einen Nachhaltigkeitsbericht

Agenda

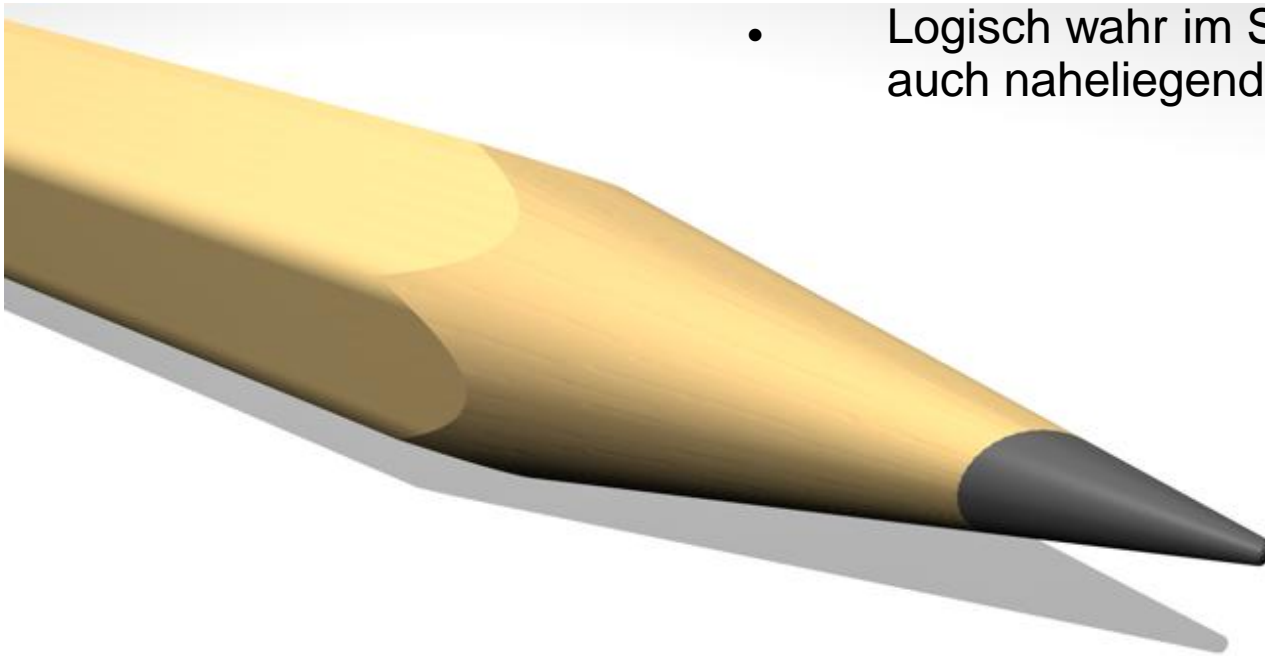
- Leitbild - wozu?
- Die Crux mit den diversen Zielgruppen
- CS Prozess leicht verdaulich
- Das Leitbild – ein Draft
- Gut, schön und wahr - symbolisiert
- Zusammenfassung und nächste Schritte

Der Space Pen – irgendwie wahr, gut und schön...

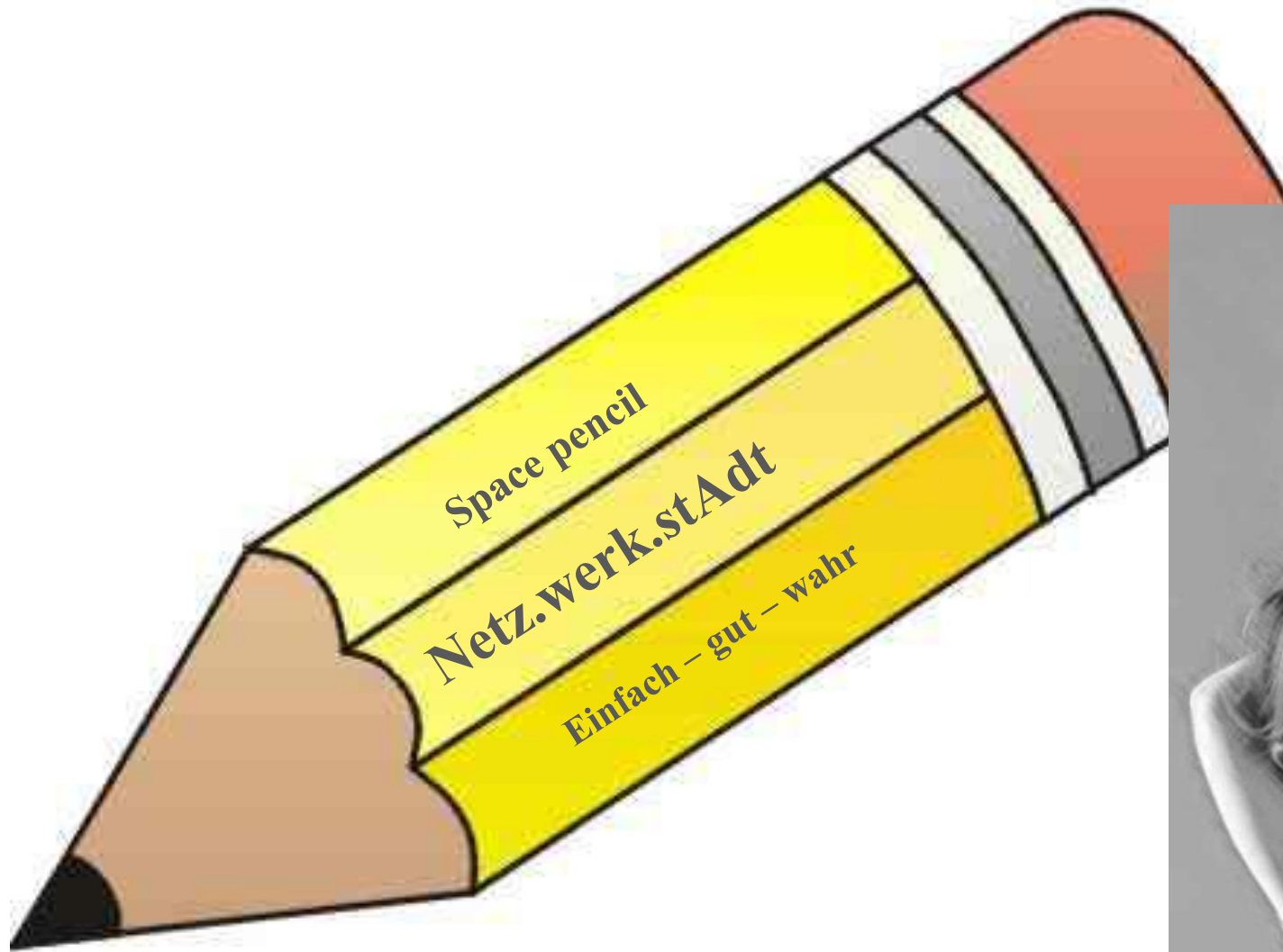


... Die russische Lösung:

- Ethisch handeln heißt auch darauf zu achten, wie man Ziele erreicht
- Ästhetisch bedeutet Schönheit in der Sache und der Lösung – ihrer Einfachheit.
- Logisch wahr im Sinne von funktionierend, aber auch naheliegend, offensichtlich



Dem Merchandising sind keine Grenzen gesetzt...



Agenda

- Leitbild - wozu?
- Die Crux mit den diversen Zielgruppen
- CS Prozess leicht verdaulich
- Das Leitbild – ein Draft
- Gut, schön und wahr - symbolisiert
- Zusammenfassung und nächste Schritte

Imagination vom nachhaltigen Unternehmen

Wir streben nach der Erhaltung der Lebensgrundlage für die Menschheit und der Artenvielfalt. Im Gebrauch von Ressourcen arbeiten wir mit geschlossenen Kreisläufen, die Wirtschafts- und Lebensgrundlagen Wert bringend einsetzen und für die Zukunft erhalten. Erneuerbaren Rohstoffen und emissionsfreien Prozessen kommt dabei die wesentliche Bedeutung zu.

“Wir sehen dieses nachhaltige Handeln im Sinne der Corporate Sustainability als klaren **Wettbewerbsvorteil**. Durch unsere Produkte und Dienstleistungen bedienen wir **mündige Kunden** und agieren **sinn- und wertstiftend** für Region, Gesellschaft, Menschheit und Natur. Somit haben wir den Grundstein für den **langfristigen Fortbestand** unseres Unternehmens in der neuen **Epoche der gelebten globalen Verantwortung** heute schon gelegt.”

Es ist unser Privileg, Unternehmen auf dem Weg dieser Sinnfindung zu leiten und zu begleiten.

Unsere Kernaufgabe ist es, Produkte und Dienstleistungen gewinnbringend herzustellen. Das ist der Maßstab des Erfolges der Beitrag für uns und unsere Kunden, als auch zum Ganzen; also alle im Umfeld entstehenden Werte und Auswirkungen. Selektives Wachstum wird innerhalb der Grenzen der sozialen und natürlichen Tragfähigkeit angestrebt.

Gemeinschaft definiert Verantwortung für das Wohlergehen unserer Umgebung. Dabei orientieren wir uns an Gerechtigkeit; Zwischen den Menschen der Gegenwart und zwischen den heutigen und künftigen Generationen. Wir kooperieren mit Stakeholdern aus allen Bereichen um den Wissenspool der Gemeinschaft ständig zu erneuern und in den Dienst der Allgemeinheit zu stellen.