

SM 05054 – ex PM 05054

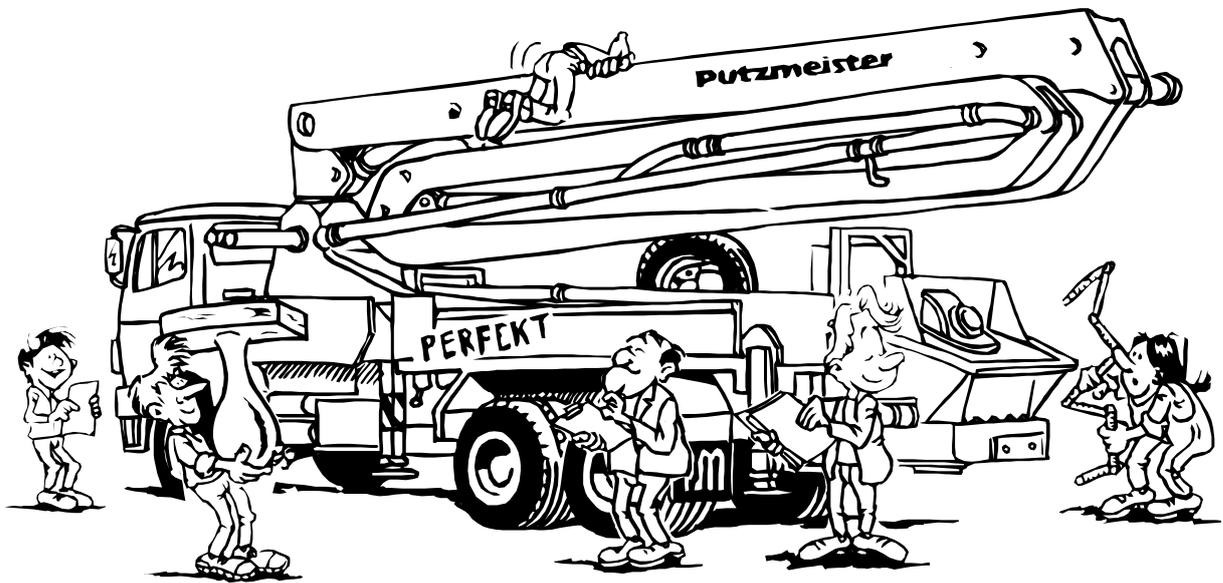
Menschenbauer

„Menschinenfabrik“


Putzmeister
MENSCHINENFABRIK

Stand: 030404da> >070709ks>070816KS>111023ks—130118ks>130129stk>140303stk-140914cim
R\personal\PRSMITTLG\2005\PM-05054-Menschenbauer\old\PM-05054~Menschenbauer-141114.doc
s.a. PWB; PM 03011 – Personalpflege 2003 und PM 05080 „Entwicklungsphasen...“
siehe auch SM 140410 (Resümee Karl Schlecht zum Jahr 2014)

Putzmeister baut Maschinen – und Menschen!



Verfasst nach den Regeln der PORGA 880818
Issued according to PORGA 880818

Ein Soll für gute Firmen!

Die Managementaufgabe des 21. Jahrhunderts ist vordergründig die gleiche wie im 20. Jahrhundert: Es gilt nach wie vor, mit Fokus auf Gewinn und Vertrauen des Kunden mit guten Menschen die Arbeitsproduktivität zu erhöhen, um die Effektivität und Effizienz des Unternehmens und damit Wachstum und Wohlstand für die Gesellschaft steigern zu helfen. Damit dann von selbst zur Sicherung guter Beschäftigung beizutragen (nicht umgekehrt zuerst Arbeitsplätze sichern zu wollen!). Das bringt Gewinn für alle.

Es gilt dabei nur einen kleinen, aber gewaltigen Unterschied zu beachten, der sich aus der neuen Art der Arbeit, der Wissensarbeit mit werteorientiertem Führen ergibt: **Der Aspekt Mensch** - oder in anderen Worten: Menschen aufbauen. Und hier gilt dann immer noch das Wort von Galilei:

„Man kann niemand etwas lehren – nur ihm helfen es in sich selbst zu finden.“

Wie bereichert man also dafür sein GE-Wissen – sonst findet er dort ja nichts! ?

Wie steigert man die Schaffenskraft = Produktivität von Wissensarbeitern, die wach, findig, innovativ, kreativ sein sollen, die ihr Wissen mit anderen teilen und im Idealfall mit **Lust und Liebe bei der Arbeit sind**? Gewiss: Das Ideal wird nie reell und es zu erreichen stellt eine ständige Herausforderung dar (für aktive Menschen). Mit der alten Methode, Zwang etc., allein Muskelarbeit durch Maschinen und Karteikarten- Verwalter durch Computer zu ersetzen, **ganz sicher nicht mehr**.

Die Firma Putzmeister wurde in den 90iger Jahren eine, die sich mit Gestaltung ihres Wertekataloges (qualitativ, innovativ, leistungsbereit, flexibel, kompetent, kosten- und wertebewusst) auf den richtigen Weg ausrichtete, die nicht von ungefähr so „mit Wachstum nach innen“ der lahrenden Baukonjunktur erfolgreich begegnete - wie man aus den immer positiven Zahlen erkennt.

Das kann nur ein Unternehmen, das Menschen entwickelt, die wie gute Sportler im Wettbewerb begeistert dem Kunden die maßgeschneiderte Problemlösung ertüfeln, das ihnen das Gefühl gibt, freundlich, aufrichtig und gut bedient worden zu sein, und dass er deren Achtung und ganze Zuwendung spürt – und dann „Top in Mind“ hat.

Weil **Vertrauen auf Leistung gründet**, schaffen das nur in hohem Wertebewusstsein fest gefügte Firmen, die es verstehen, auf diesem Vertrauen bildendenden Fundament die immer in uns schlummernden Produktivitätsreserven mit und aktiv in ihren Menschen zu wecken.

Produkt und Branche sind dabei relativ nebensächlich – was zählt, ist die gelebte Überzeugung, dass Menschen **für sich** und andere ohne persönliche Überbeanspruchung mehr zu leisten im Stande sind, wenn sie gewinnen indem sie tun, was sie lieben, wertschätzen und am besten können – und es deshalb mit Freude tun. Nur Menschen, die so fühlen, können wie Spitzensportler Außergewöhnliches leisten.

Soll das nur eine Idealvorstellung sein? Die Firmenmitglieder (nicht „Mitarbeiter“) sind dann nicht Mittel zum Zweck sondern Herz des Ganzen.

Im Sport ist das selbstverständlich. Warum nicht auch im für uns alle viel wichtigeren Erwerbsleben?

Das ist ein langer Weg – und viele bringen beim Eintritt in das Unternehmen wenig Temperament, Charakterstärke aus guter Kinderstube, Bildung, persönliche Substanz und Fachkompetenz mit.

Hier einführend differenziert, vielstufig und nachhaltig aufzubauen ist die **nicht endende** Aufgabe von gutem „Human Resources Management“ und Beweis guter Führung als dem wesentlichen Erfolgsfaktor guter Firmen (=werteorientierte Unternehmen).

Es ist harte Arbeit „hinter“ dem immer harten täglichen Schaffen und kämpfen im globalen „Survival of the Fit



(siehe 1 – SM 130126) und dafür „Top in Mind – Top in Choice“ beim Kunden zu sein.

Wie schafft man das?

Wer lieben lernte was er schafft, hat nie gearbeitet, sagt eine alte Weisheit der Chinesen.

Wer seine Arbeit nur liebt weil er sie braucht ist weit, aber noch lange nicht am Ziel.

Ebenso wie moderne automatisch laufende Maschinen, so besteht auch der Mensch im Wesentlichen aus „Informationen“. Sie sind verankert in Genen, Charakter, Fachwissen, Fachkompetenz als gelebtem Wissen und Werteorientierung.

Wird nach der Erkenntnis „to Engineer is human“ (2) das „Material“ nach unserem Geist - nach unserem Wissen, also- den Informationen - gestaltet, so formen diese „Informationen“ – also Denk- und Verhaltensmuster (Mindset UND Heartset) das nötige Wissen und Können.

Das gilt vor allem auch für die immer wieder neu hinzu kommenden jungen Menschen in einem freiwilligen, aufs „GUTE“ ausgerichtete Berufsleben

Und dieses GUTE geht eigentlich zurück und gründet u.A. wesentlich auf die 2500 Jahre alter **goldene Regel** des Konfuzius – und die können nur Menschen im Miteinander formen und leben wie diese aus menschlichen Gliedern in einer Schule gezeichnete Grafik versinnbildlicht. Diese ur-menschliche Regel – von der auch „Weltethos“ abgeleitet ist- war auch Leitgedanke zum „guten „menschlich sein“ im globalen und interkulturellen Miteinander“ der am 13.10.2011 von den Berliner Philharmonikern aufgeführten Weltethos Oper. (www.weltethos.de). **Das Chor- und Orchesterwerk „Weltethos“ wurde im Oktober 2011 unter der Leitung von Sir Simon Rattle von den Berliner Philharmonikern erstmalig aufgeführt (3).**

Das WIE „SEIN“ (Mindset und Heartset) ist u.a. definiert und befruchtet durch unseren Wertekatalog (CoPhy). Gemeint ist hier nicht wie wir sein wollen sondern wie wir erscheinen – also wie und der Kunde – unser Nächster- sehen soll. Das ist was wir unter Ethik verstehen: Lehre für biophiles, auf guten Werten (u.a. wie Goldene Regel) gründendes Leben. Moral ist was dann dabei heraus kommt – leider nicht immer so!

Dies verstehen und verinnerlichen zu können gibt Orientierung für Selbsterkenntnis und hilft Vertrauen zu begründen. Dafür muss sich jeder geachtet, angenommen und in seiner Firma wohl fühlen, sonst kann er niemals gut sein und immer wieder über sich hinaus wachsen im Sinne guten Entrepreneurships wie in unserem Putzmeister World Book PWB beschrieben (4).

Real gesehen wird also ständiges **Lernen bei jedem Arbeitsvorgang** bei gelebter Werte Orientierung die **in den meisten** von uns schlummernden Anlagen auch in jenem guten Sinne formen helfen, wie es die allen guten Religionen innewohnenden Grund - Werte - Weltethos eint! (5). in guten Gemeinschaften bewirken. Die Firma kann - und muss wohl für viele - auch Fortsetzung oder Ersatz einer Kinderstube und Schule sein. Das ist Führungsaufgabe die ein Unternehmen zu einer guten und wertgeschätzten Firma macht (6).

Am Ziel wird dann jeder seine Arbeit **nicht nur lieben weil er sie braucht, sondern er braucht sie weil er sie „liebt“** (7 +8). Selbstverantwortung, Kreativität, überdurchschnittliche Anstrengung und Freude am Schaffen sind dann einfach da. Man braucht sie dazu nicht mehr mühevoll zu belehren oder zu ermahnen. Liebe ist dann **der eingebaute „Katalysator“**.

Damit sind wir bei der altchinesischen Weisheit- auch wieder bei der (leider oft missachteten oder belachten) letzten Botschaft von Christus an seine Nachfolger: „Liebet einander“.

Glaube Hoffnung LIEBE sind nicht umsonst als die christlichen Tugenden überliefert – siehe dafür den **schwarzen Balken** oben auf jedem Dokument für Firmenangehörige.

NUR- vermitteln unserer die Kirchen das heute? Viele ihrer Vertreter meinen heute eher unserem schon vielfach übertriebenen dem Sozialstaat am Zeug zu flicken. Und wenn man aus dem Buch „Management by Love“ von G. Gerken die richtig begriffene „Liebe“ als den wichtigsten Kraftstoff - auch für unternehmerisches Leben - begreift, dann kommt einem unserer heutige Kirche eher vor als *„Tankstelle ohne Sprit“*.

Eine gute werteorientierte Firma formt also mit guten Führungskräften an der Spitze nur sekundär gute Maschinen; primär jedoch **gute Menschen**. Dies in einer Weise dass jeder für sich menschlich gewinnt und dann zugleich für die Firma und unsere Gemeinschaft wertvoller wird. Aus der Maschinenfabrik wird so eigentlich eine

„Menschinenfabrik“.

Und so wird auch für einen Fabrikbetrieb zur Wahrheit aus diesem abgewandelten *Eugen Roth*- Spruch

**"Der Mensch wirkt plötzlich ganz verwandelt
- wird er *zuerst* als Mensch behandelt."
Das alles bedingt gute Führungskräfte – daher „LEIZ“ (9)**

Eugen Roth

Anhang:

1. SM 130126 – Survival of the Fittest
2. Henry Petroski: To engineer is human – ISBN No. 0-679-73416-3
3. Digital Hall - <http://www.digitalconcerthall.com/de/konzert/2459/rattle-duesing-rundfunkchor-berlin-harvey>
4. PM 3300 - Putzmeister World Book – Download auf <http://www.karl-schlecht.de/download/pwb/>
5. Weltethos eint – siehe Weltethos-Ideen (www.weltethos.org).
6. Siehe SM 140812 – Das Menschsein als Entwicklungsaufgabe – Bitter/Klosinski
7. SM 03038 – Lieben was man tut
8. Erich Fromm: Die Kunst des Liebens – ISBN-Nr. 978-3-423-36102-6
9. LEIZ – siehe SM 140117 (LEIZ)
10. SM 140410 – Resümee Karl Schlecht zum Jahr 2014

Putzmeister

Menschenfabrik

The logo consists of the word 'Putzmeister' in a large, bold, black sans-serif font. Below it, the word 'Menschenfabrik' is written in a smaller, bold, black sans-serif font. Underneath the text, there is a horizontal yellow bar. On top of this bar, there are two rows of black silhouettes of people in various poses, representing a diverse workforce. The silhouettes are arranged in a way that suggests movement and activity.

Alternativ- Text zu Seite 2 unteres Drittel...

Aus Liebe zum eigenen Schaffen strömt Freunde

und wer so beim Schaffen mehr Freude findet muss weniger Geld verschwenden für gekaufte – meist passive – Freuden.

Dies bewusst zu machen nennt sich heute modern „wertorientiertes Management“ oder Menschen- orientiert führen auf dem Weg zu Ihrer größten Sehnsucht: zu lieben was sie tun.

Es ist managen im Sinne wertorientiertem Verändern – und dabei naturgemäß gleichzeitig Menschen zu ihrem GUTEN formen helfen, sie aufbauen, sie bilden, auch um als Mensch **für sich** zu gewinnen und sich in der Gesellschaft wertvoller zu fühlen. Man kommt nicht nur zum Geldverdienen in die Fabrik. Wer seine Arbeit braucht, weil er sie liebt, ist tief verbunden, findest Selbstmotivation, Verantwortung, Disziplin und Opferbereitschaft (siehe SM 03038 – Lieben was man tut). Solche Menschen und ihre Firmen sind im globalen Wettbewerb nachhaltig unschlagbar. Sie schaffen freundliche Märkte.

Das in der Firma zu erreichen ist das eigentliche Ziel von auf gutem HRM fußender Führung.

Wollen wir diese Menschen formende Prozesse, das Formen von menschlichen Gebilden nicht etwa gleich qualifiziert gestalten wie wir es sonst tun beim „Formen“ von rohen Edelsteinen, beim „Vormaterial“ zu unseren Produkten? Wir beziehen dafür das Rohmaterial vom Markt – gleich wie unsere Menschen. Wir formen dieses „Vormaterial“ zu „wunderbaren Gestalten“ – zu unseren höherwertigen Maschinen, so analog auch zu besseren Menschen.

Auch das früher erworbene Schulwissen, mit "lernen" gelernt zu haben wird ja bei uns in der Praxis zu höherwertiger Fachkompetenz, d.h. von Menschen gelebte und in ihm verankerte Information in vielgestaltiger Weise zu Kompetenz und Persönlichkeit „geformt“. Bessere Menschen formen dann auch bessere Maschinen, dienen besser.

Immer bessere Maschinen bauen braucht also Fundamentarbeit an den Menschen wenn man nicht auf Sand bauen will.

„To engineer is human“ (*) heisst nicht umsonst ein interessantes Buch – das auch in unserer Bücherei steht.

Jede unserer Maschinen dient darüber hinaus auf der Welt einem guten Zweck, hilft auch sie zu verändern auf Ihre spezielle Weise zu bessern.

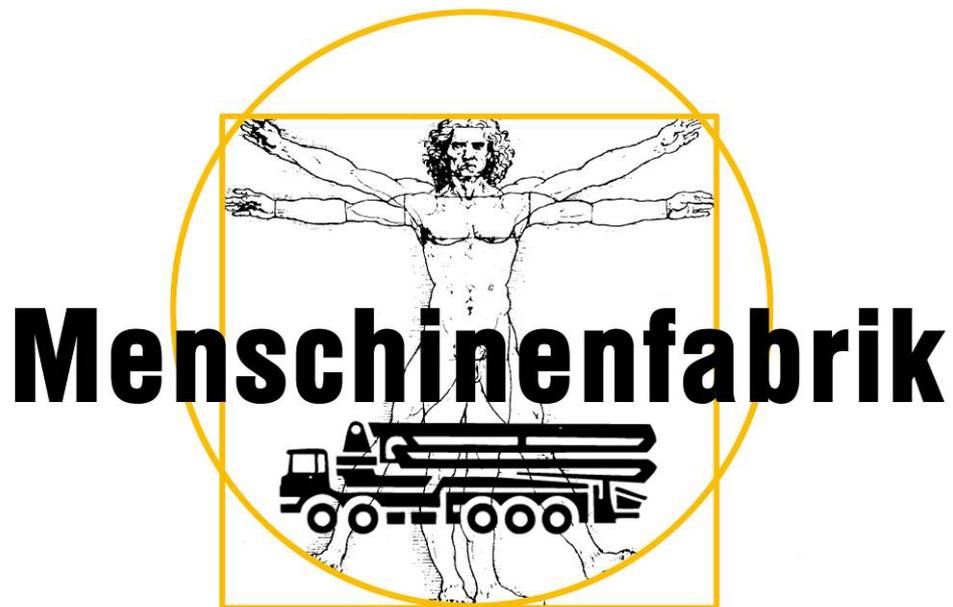
,So gilt also dieses landläufige Gestalten und Formen von Maschinen sinngemäß vor allem für die immer wieder neu zu uns kommenden Menschen. Werden auch Sie beim Tun nicht etwa jeden Tag besser, wenn jede Arbeit als Lernerlebnis begriffen wird? Jeder auf seine Art soll sich aktiv in dem von uns gemeinsam erkannten wertorientierten guten Sinne entwickeln. Darauf gründet das Firmenmotto „immer besser“ und „dienen, bes-sern, Werte schaffen“.

Und die Kunden spüren es offenbar angesichts des seit über 50 Jahren gedeihlichen Wachstums und Wertschätzung für Putzmeister.

KS

*Henry Petroski: "To engineer is human" – ISBN No. 0-679-73416-3

Alternative Logos



Menschenfabrik

MENSCHENFABRIK

WELCOME

AND FRIENDS

WAS A

WELL

WAS A

WELL