

Mit dem Zielebuch zu besseren Ergebnissen



Zur Person:

Herbert Zahnen, Geschäftsführer

Zum Unternehmen:

Zahnen Technik GmbH

www.zahnen-technik.de

Branche: Wasser/Abwasser

Mitarbeiter: 85

Wir glauben an Ziele. Und zwar nicht an allgemein formulierte Wünsche, mehr Umsatz zu machen oder erfolgreicher zu werden. Sondern an ganz konkrete messbare und machbare Ziele, die wir in einem festgelegten Zeitraum erreichen wollen. Dazu gibt es in unserer Firma mittlerweile ein Zielebuch, in dem wir schriftlich fixiert haben, wohin unsere Unternehmensreise geht. Alleine der Prozess, dieses Handbuch zu schreiben und es dem ganzen Team zu vermitteln, setzt schon eine Eigendynamik in Gang, die wir früher nicht kannten.

Unser Familienunternehmen ist auf Wasser- und Abwassertechnik spezialisiert. Wir bauen unter anderem Kläranlagen, Pumpwerke und Regenüberlaufbecken. Wichtige Themen dabei sind etwa Energieoptimierung, aber auch eine bessere Abwasserreinigung. Derzeit tüfteln wir mit Wissenschaftlern an der sogenannten vierten Reinigungsstufe, die Mikroplastik, Schwermetalle und Reste von Arzneimitteln aus dem Abwasser holt. Das soll besonders günstig werden, damit es sich auch Entwicklungsländer mit Wasserknappheit leisten können – dort muss das teure Nass zu neuer Verwendung zurückgewonnen werden.

Den Einstieg in die Methodenwelt von [tempus-Consulting](http://tempus-consulting.de)® hat uns ein vorzügliches [Zeitmanagementseminar](#) beschert. Später haben wir uns an das [Thema Ziele](#) herangemacht. Hintergrund war unter anderem eine Mitarbeiterbefragung, die Folgendes zutage brachte: Das Unternehmen kümmert sich überdurchschnittlich gut um die Bedürfnisse der Mitarbeiter, aber noch nicht gut genug um optimale Ergebnisse. Sprich: Wir könnten mit unserem tollen Team deutlich mehr erreichen, wenn allen noch viel klarer wäre, wohin wir mit unserem Engagement eigentlich wollen.

Und hier kam ein genialer [Zieleworkshop](#) ins Spiel. Dabei erkannten die Führungskräfte, dass es in ihrer Leitungsfunktion nicht nur ums Managen geht, sondern genauso um die Unterstützung des Teams. Wir haben das so formuliert: Vorgesetzte sollen sich mehr als „Kümmerer“ verstehen. Und kümmern bedeutet eben auch, die völlig normalen Störungen und Abweichungen vom Kurs frühzeitig zu erkennen und gemeinsam mit den Mitarbeitern Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Die Unternehmensziele haben wir auf die verschiedenen Bereiche heruntergebrochen – und dort werden sie auf den einzelnen Mitarbeiter angewendet. Die Leute schätzen es übrigens sehr, wenn sie den „roten Faden“ unserer Firma erkennen und sich daran orientieren können.

Beim Recruiting haben wir schon 2011 eine Arbeitgebermarke mit dem Titel „Wahre Schönheit kommt von innen“ eingeführt. Bei einer Ausbildungsquote von 20 Prozent brauchen wir viele Bewerber – und die gewinnen wir beispielsweise durch die Zusammenarbeit mit Schulen bei uns in der Eifel. Wir sagen ganz offen: Mitarbeiter sollen sich bei uns wohlfühlen. Und inzwischen wissen wir, dass das Kommunizieren klarer Ziele den Wohlfühlfaktor nicht etwa vermindert, sondern sogar erhöht.

