

High-Impact-Business-Transformation (HIBT): Das System für kontinuierliche Potenzialentfaltung und Chancenaktivierung

Das HIBT-System stellt die für individuelle Potenzialentfaltung und unternehmerische Chancenaktivierung förderlichen Rahmenbedingungen als Plattform zur Verfügung und betreibt diese über MACHEN, LERNEN und ENTWICKELN nachhaltig. Unternehmen mit einem HIBT-System gestalten den Wandel, anstatt gestaltet zu werden und gewinnen neue Kunden, Partner und Mitarbeiter. Sie nutzen die Chancen des Wandels und gestalten sie.

Identität: das stabile Fundament im Wandel



In einem HIBT-System ist die Identität die stabile und energetisierende Dimension im Wandel. Sie sichert, dass die Mitarbeiter jederzeit die besten Beiträge für den Kunden und die Unternehmensentwicklung identifizieren.

Mitarbeiter in einem HIBT-System kennen und verstehen den Unternehmenszweck und identifizieren sich mit ihm. Deshalb setzen sie ihre schöpferische Kraft für die Erreichung dieses Zwecks ein: Im Wandel sehen sie die Chance, mehr Wert für den Kunden, die Gesellschaft und die Unternehmensentwicklung zu schaffen. Als Interface für das Unternehmen suchen und finden die Mitarbeitenden auch im Wandel immer wieder die besten Beiträge für den Kunden.

Mitarbeitende in einem HIBT-System kennen, verstehen und teilen die Werte und Prinzipien des Unternehmens und fühlen sich mit dem Unternehmen und den Kollegen verbunden. Diese Verbundenheit ist das emotionale Fundament, das den Mitarbeitenden auch im Wandel Orientierung, Stabilität und Erfüllung gibt.

Kunden, die den Nutzen der Leistung, die Vision und die Werte des Unternehmens in den Beiträgen und in den Interaktionen mit den Mitarbeitern erleben und spüren, koppeln sich nachhaltig an das Unternehmen an und werden zu dauerhaften Nutzern und Empfehlern.

Identität: Warum und Wofür?

Der Identität kommt im HIBT eine besondere Bedeutung zu. Nur durch eine klare und stabile Identität lässt sich Wertschöpfung und Wertsteigerung optimal miteinander verbinden. Durch das **stabile Fundament** der Identität können sich die anderen Dimensionen im Wirkrahmen (Beziehung und Technik) dynamisch anpassen und mit Unsicherheit umgehen. Nur eine klare Ausrichtung am **Sinn und Zweck** der Organisation sichert **effektives Handeln und Entscheiden**.

Der Wert einer klaren und stabilen Identität

Wie können wir dem Wandel und der Unsicherheit begegnen und sicherstellen, dass jeder Mitarbeitende zu jeder Zeit die besten Entscheidungen für das Unternehmen trifft?

Die in Hochdynamik stabilitätsgebende Größe in unserem Wirkrahmen (HIBT) ist die **Unternehmensidentität**. Sie gewährleistet allen Mitarbeitenden und Kunden und Partnern einen stabilen Orientierungsrahmen.

Die Vision und Mission geben **Energie** und eine **Richtung**, in die das Unternehmen diese bringen kann. Die Werte, Prinzipien und das Führungsleitbild bringen und halten das Unternehmen in **Verbindung**, **Vernetzung** und **Verbundenheit**. Basierend auf diesem starken Fundament können Unternehmen ihre **Struktur und Technik immer neu und dynamisch** anpassen.

Durch die klare und stabile Identität kann jeder einzelne auch in Unsicherheit für sich die Frage beantworten:

Was ist in der jetzigen Situation der beste Beitrag für das Unternehmen?

Eine starke Unternehmensidentität orchestriert zudem das offene **Besprechen von Problemen und Ideen**, sowie die offene Kommunikation mit dem Markt. Durch die Kopplung zwischen der persönlichen Haltung der Mitarbeitenden und der Unternehmensidentität entstehen eine **hohe Stabilität im Handeln** über alle Kontexte hinweg. Für Kunden, Partner und den Markt ist das Unternehmen **als Marke identifizierbar**, spürbar und **in jeder Interaktion erlebbar**. Individuelles und organisationales Wachstum sind verbunden. Jeder einzelne arbeitet darauf hin, den besten Beitrag für den Unternehmenszweck zu leisten. Kontinuierliches, wirkungsvolles Beitragen (Machen), Lernen und Entwickeln von neuen und besseren Lösungen für den Kunden sind die Folge.

Wie wirkt sich eine klare und stabile Identität auf die Performance aus?

Wertschöpfung = Lineares Replizieren	Wertsteigerung = Vernetztes Innovieren
Klare Ausrichtung an Sinn und Zweck sowie an den daraus folgenden Zielen, hohe Motivation beizutragen und zu gestalten: effektive Entscheidungen	
ermöglicht dezentrale und schnelle Entscheidungen mit kurzen Entscheidungswegen	ermöglicht hohe Dynamik in Aufbau, Ablauf und Technik und damit ein schnelles Reagieren auf Veränderungen
schafft Gemeinschaft und Verantwortlichkeit: geringe Kontroll-, <u>Organisations</u> - und Koordinationskosten und wenige Probleme in der Zusammenarbeit	hohe Aufgeschlossenheit für Veränderung; geringer Energieeinsatz bei Diskussionen, ob eine Veränderung sinnvoll ist oder nicht
Teil der Organisation zu sein, hat einen hohen Wert für die Mitarbeiter: geringe Fluktuation	Teil der Organisation zu werden, verspricht einen hohen Wert: Dauer und Kosten im Recruiting sowie in der Integration gering
	kontinuierliche Verbesserung (Optimierung) und kontinuierliche Transformation (neue Produkte, Techniken, Beziehungen)

Was passiert, wenn die Identität unklar, instabil und nicht handlungsleitend ist?

In diesem Szenario müssen (!) sich die Mitarbeiter in ihren Entscheidungen an anderen für sie stabilen und klaren Elementen orientieren, um sich handlungsfähig zu fühlen. Was kann das sein und welche Folgen hat das?

Im schlechtesten Fall ist das ihr eigener Vorteil und die **persönliche Agenda dominiert** die Organisation – Die Folgen: Orientierung an Karriere, Geld, Prestige, Macht sowie Vetternwirtschaft und **Beutegemeinschaften**.

Alternativ orientieren sie sich an den bisherigen Strukturen, Techniken und Aufgaben. Anstatt der Unternehmenszweck **dominiert die eigene Abteilung**, die eigene Aufgabe oder die eigene Technik. In der Folge sinkt die Qualität von übergreifenden Abstimmungen und Zusammenarbeit (**Silodenken**). Mitarbeiter verbinden ihre **Sicherheit und ihr Selbstwertgefühl** mit ihrer Abteilung und ihrer Aufgabe. Veränderungen daran bedrohen ihre Sicherheit und ihr Selbstwertgefühl: Ein **emotionaler Verteidigungskampf** beginnt.

Selbst, wenn alle nur das Beste für den Kunden und das Unternehmen wollen, wird es **Diskussionen und Konflikte** geben – einfach deshalb, **weil unklar ist, was das Beste** ist; es fehlt die Grundlage, um das zu entscheiden.

Identität: Das stabile Fundament

