Cloverleaf Consult International

CCI COMPACT

INFORMATIONEN FÜR KUNDEN UND GESCHÄFTSFREUNDE DEZEMBER 2009

RUHR.2010: Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel

Grenzen in den Köpfen überwinden und die Gesellschaft voranbringen, sieht Fritz Pleitgen, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH, als Aufgabe von Kultur im Rahmen der Kulturhauptstadt 2010.

Essen – „Jede Stadt hat ihre eigene Identität, aber alle sind bereit zusammenzuarbeiten", beschreibt Fritz Pleitgen, Vorsitzender der Geschäftsführung der RUHR.2010 GmbH, im Gespräch mit Cloverleaf Consult International ein Kernelement für das Projekt. Unter dem Motto „Wandel durch Kultur - Kultur durch Wandel" arbeiten 53 Städte im Ruhrgebiet zusammen an der Verwirklichung der Idee, die Gesellschaft voranzubringen. Eine große Herausforderung ist die Sicherung der Finanzierung, da rund die Hälfte der Städte im Ruhrgebiet mit Nothaushalten arbeite.



Fritz Pleitgen
Vorsitzender der Geschäftsführung RUHR.2010 GmbH

Neben den Beteiligten in 300 Projekten mit über 2500 Veranstaltungen hat das Team der RUHR.2010 GmbH 35 Musikeinrichtungen und 20 führende Museen dazu gebracht, ihre Programme aufeinander abzustimmen beziehungsweise einen gemeinsamen Katalog herauszugeben. Diese Kooperation ist für die kulturellen Einrichtungen und die Ruhgebietsstädte Neuland. „Wir wollen das neue Bewusstsein anregen, dass die Einwohner ihre Region als Kulturregion empfinden", ergänzt der ehemalige WDR-Intendant Pleitgen.

Zusammenbringen und beteiligen

„Wir wollen die Menschen zusammen bringen, damit sich alle beteiligt fühlen", sagt Pleitgen. Insbesondere der Kontakt und die intensive Kommunikation im Vorfeld mit den Beteiligten der Städte und der Kooperationspartner habe die Planung der Anfang 2010 beginnenden Projekte erfolgreich gemacht. „Wir können nicht garantieren, dass alles fehlerlos läuft", sagt der 71-jährige Pleitgen. Aber er habe sich bemüht, ein pragmatisches Kommunikationssystem aufzubauen: „Dazu gehören erstens Verständnis für den anderen und zweitens die Bereitschaft, sich notwendige Information selbst zu holen." Schließlich gebe es für die größten Projekte beispielsweise dem Kulturfest auf der Autobahn A40 „Still-Leben Ruhrschnellweg" keine Vorbilder, sodass die Planer schrittweise ganz neue Herangehensweisen entwickeln mussten.

Neues wagen – Fehler akzeptieren

In Verbindung mit dieser Portion Wagemut sieht Pleitgen große Möglichkeiten, das Image des Ruhrgebiets als Region für innovative Kultur, Industrie und Wissenschaft zu verankern. Ein solches neues Image sei wichtig für die Einschätzung des Standortes durch potenzielle Investoren und Besucher.

Die Veranstaltungen im Jahr 2010 sollen insofern nur ein Impuls für eine über 2010 hinaus gehende positive Veränderung sein. Die Resonanz bei den Besuchern und Bewohnern des Ruhrgebiets bestimmt letztlich den Erfolg.

COMPACT

Eine kraftvolle, gemeinsame Idee und pragmatische Kommunikation prägen die Planung der RUHR.2010 als Träger der Europäischen Kulturhauptstadt 2010.

Kontakt zum Autor:
alexander.flieger@cloverleaf-consult.com

Info:
- www.ruhr2010.de
- 2006 Ernennung zur Kulturhauptstadt Europas
- 9./10.1.2010 Eröffnung
- 53 Ruhrgebietsstädte in Kooperation
- Kernbudget: 62 Mio. Euro
- rund 300 Projekte mit mehr als 2500 Veranstaltungen

Aus dem Inhalt:

- RUHR.2010: Städtekooperation im Pott
- Kultur als Erfolgsfaktor
- Kultur und Strategie im Einklang



Sibylle Hecker
Managing Partner, CCI

Menschen durch Kultur bereichern – dieser Wunsch passt nicht nur zu bildenden oder gestaltenden Künsten.

Jeder Mensch sucht im Innersten nach Erfüllung seiner Potenziale und die schönen Künste können Impulsgeber auf dem Weg zu diesem Ziel sein. Aber auch die Kultur eines Unternehmens – die innere geistige Verfassung, das System von Führung und Kommunikation sowie die Vision des Unternehmens – trägt erheblich dazu bei, ob ein Mensch im Arbeitsleben bereichert wird oder nicht.

Stimmt die Kultur, dann stimmt auch das Engagement des Mitarbeiters. Beispielhaft zeigt sich dies bei der RUHR.2010 GmbH, in der rund 80 Mitarbeiter vollen Einsatz bringen für die Realisierung dieses Projektes mit Strahlkraft über die Region hinaus. Dies ist umso mehr zu bewundern, da alle Mitarbeiter wissen, dass ihre Anstellung nach Abschluss der Projekte enden wird.

AUFGELESEN
Das Ruhrgebiet atmete nicht mehr Staub, sondern Zukunft.
Adolf Muschg

Für Unternehmer bedeutet dies, dass eine kraftvolle Idee, die die Mitarbeiter kennen sowie eigenverantwortlich umsetzen und leben können, auch erfolgreich realisiert wird. Eine solche Motivation bringt geschäftlichen Erfolg.

Insofern zählt Kultur zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren – das gilt nicht nur in Verbindung mit „RUHR.2010".

Herzlichst,
Ihre



Strategie und Unternehmenskultur im Einklang

An einem Strang in die gleiche Richtung ziehen

Im schwierigen Wirtschaftsumfeld ist die Planung für 2010 von vielen Unbekannten geprägt. Zieht die Konjunktur an oder muss sich das Unternehmen auf stagnierende oder sogar weiter fallende Umsätze einstellen? Kaum ein Unternehmen hat tragfähige Antworten auf diese Frage – geplant wird somit konservativ.

Diese Unsicherheiten belasten das Betriebsklima und somit Motivation und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter, wenn die Unternehmensführung dem nicht mit einer klaren Ausrichtung entgegen tritt. An dieser Stelle treffen sich Unternehmenskultur und -strategie.



Die Unternehmensstrategie ist auf die Zukunft ausgerichtet; sie soll ab sofort das künftige Handeln der Mitarbeiter und den Markterfolg des Unternehmens für die Zukunft definieren. Die Unternehmenskultur hat hingegen ihren Ursprung in der Geschichte des Unternehmens; sie basiert auf den vergangenen Erfolgen. Im Jetzt treffen beide zusammen und so ist es in der aktuellen Krise umso wichtiger, dass dieser Übergang reibungslos abläuft.

Für die Entwicklung der Strategie sowie der daraus abgeleiteten operativen Ziele und Planungen muss die Genetik des Unternehmens einfließen – in der Regel geschieht dies automatisch durch die gesammelten Erfahrungen der beteiligten Führungskräfte. In der Krise ist das Bewusstsein für die Eigenheiten, Stärken und Schwächen eines Unternehmens besonders wichtig. Aus einem Dauerläufer wird über Nacht kein Sprinter und umgekehrt.

Für anstehende Entscheidungen ist der Blick auf das wichtig, was den Zusammenhalt der Mitarbeiter und deren Identifikation fördert. Dann stehen Mitarbeiter zum Unternehmen – auch im Zuge von Kurzarbeit, Restrukturierungen oder Stellenabbau.

COMPACT

Kultur als Ergebnis vergangener Erfolge muss in Krisenzeiten besonders bewusst in die Strategieumsetzung einfließen, um Brüche zu vermeiden.

Kontakt zum Autor:
alexander.flieger@cloverleaf-consult.com

Impressum:
Cloverleaf Consult International
ist eine Marke der Flieger & Hecker GbR.
www.cloverleaf-consult.com
info@cloverleaf-consult.com
tel/fax +49 700 cloverleaf (25683753)
V.i.S.d.P. Alexander Flieger
Am Höing 12, D-58097 Hagen
Bilder: WDR, RUHR.2010, istockphoto, CCI

Kurz notiert:

Oktober

✤ Der Getränkekonzern Radeberger-Gruppe hat die Mehrheit des Bio-Limonadenherstellers Bionade GmbH gekauft. Im Verbund sollen Auslandsmärkte für das Kultgetränk erschlossen werden.

✤ Die Bahngewerkschaften Transnet und GDBA wollen sich zusammenschließen, um ihre Finanzkraft und Wettbewerbsposition zu verbessern. Konkurrent ist die Lokführergewerkschaft GdL.

✤ Der Finanzinvestor RHJI kauft der Commerzbank die Investmentbankingsparte Kleinwort Benson für rund 240 Mio. € ab. RHJI-Europachef Leonhard Fischer war einst Chef der Ex-Dresdner-Bank-Sparte, die die Commerzbank auf Druck der EU abgeben muss.

November

✤ Der Verleger Hubert Burda übernimmt vom Gründer des Onlinenetzwerks Xing für 48 Mio. € 25% der Anteile. Mit Burda soll Xing expandieren.

✤ Der Telekommunikationsanbieter Hansenet wechselt für 900 Mio. € aus den Händen der Telecom Italia in den Besitz der spanischen Telefonica.

✤ Der Hamburger Otto Versand erwirbt aus der Arcandor-Insolvenzmasse die Marken Quelle und Privileg sowie das Russlandgeschäft des ehemaligen Wettbewerbers.

Dezember

✤ Der Volkswagen-Konzern steigt mit knapp 20% beim japanischen Autobauer Suzuki ein, der sich über Kreuz auch an VW beteiligen will. VW und Suzuki möchten Kleinwagen gemeinsam entwickeln.

✤ Der japanische Elektronikkonzern Panasonic hat rund die Hälfte von Sanyo übernommen, die zusammen mit VW Batterien für Elektroautos produziert. Panasonic wird so weltgrößter Hersteller wiederaufladbarer Batterien.



Gesegnete Weihnacht und ein gutes Neues Jahr!

MERRY CHRISTMAS AND A HAPPY NEW YEAR!

Feliz Navidad y próspero año nuevo.

BUON NATALE ET FELICE ANNO NUOVO.

Joyeux Noël et une bonne année.

Um feliz Natal e un próspero ano novo!

God jul och gott nytt år!

圣诞节快乐

Hyvää Joulua!

En frehlicher Grischtdaag un en hallich Nei Yaahr!

Cloverleaf Consult International **wünschen Ihnen**