

Rezension



1. Einleitung

Unternehmensidentität gestalten, Hans R. Hässig und Roland F. Stoff, 2025, Schäffer-Poeschel Verlag

Zielgruppe: Inhaber, Organisationsverantwortliche, Führungskräfte und interessierte Mitarbeitende

Thema: Wertemanagement als Schlüssel zur Entwicklung einer authentischen Unternehmensidentität

Ich habe das Buch gelesen, weil ich bereits 2009 gemeinsam mit den Autoren und unseren Führungskräften die Werte unseres Unternehmens identifiziert habe. Mit dem neuen Werk wollte ich meine Wahrnehmung von Unternehmenskulturen schärfen und meinen moralischen Kompass neu kalibrieren. Die Bedeutung der Wertevermittlung war uns stets bewusst und hat maßgeblich zum Erfolg unseres Unternehmens beigetragen.

2. Inhalt

Das Buch gliedert sich in drei Hauptbereiche:

- **Die Unternehmenskultur verstehen**
- **Firmenidentität schaffen und gewährleisten**
- **Den Firmenzweck wecken und beleben**

Unternehmenskultur

Die Autoren erläutern in einem systemischen Ansatz, wie Unternehmenskultur sichtbar und erlebbar wird. Sie zeigen, wie gelebte Werte durch Mitarbeitende, Kunden, Partner und Lieferanten die wahrgenommene Qualität prägen. Besonders spannend: Emanzipative Werte wirken wie eine moralische Verpflichtung – Vertrauen erzeugt Verantwortlichkeit und beeinflusst alle Akteure. Diese Werte sind heute entscheidend für moderne Führung, Innovation und Mitarbeiterzufriedenheit.

Das Kapitel endet mit der Erkenntnis: Gerade in schwierigen Situationen zeigt sich, ob Werte tatsächlich gelebt werden – und wie stark sie die Kultur prägen.

Firmenidentität

Im zweiten Teil liefern die Autoren eine praxisnahe Anleitung zur Gestaltung der fünf Säulen der Unternehmensidentität.

„**Am Anfang war das Feuer**“ – sinnbildlich beginnt alles mit **Sinn und Zweck**. Vision und Strategie müssen mit dem Handelsregistereintrag übereinstimmen, sonst drohen Konflikte und Aktionismus.

Besonders hilfreich: Der **Identitäts-7-Stern**, ein Modell, das zeigt, wie sich Unternehmenskultur wie ein Schiff steuern lässt. Ein umfangreiches Kapitel widmet sich dem Firmenzweck und bietet eine **5-Fragen-Anleitung** zur Sinn- und Zweckfindung.

Moral und Ethik

Die Autoren greifen den „**Eid des ehrbaren Kaufmanns**“ auf, der weltweit als Leitbild für ethisches Handeln dient. Sie fordern eine Selbstverpflichtung zu Tugenden und Verantwortung. Emanzipative Werte bilden dabei die Basis für wirksame Handlungsebenen:

- **Selbstbestimmung und Eigenverantwortung** → motivierte Teams
 - **Gleichberechtigung** → Kreativität und starke Arbeitgebermarke
 - **Demokratische Kultur** → Vertrauen durch Transparenz und Partizipation
 - **Innovationskraft** → Experimentierfreude und Risikobereitschaft
 - **Soziale Verantwortung** → Nachhaltigkeit und gesellschaftliches Engagement
-

3. Analyse & Bewertung

Stärken:

- Verständliches, praxisorientiertes Nachschlagewerk für alle Fragen rund um Unternehmenskultur und Identität.

Schwächen:

- Es fehlt ein Kapitel zum **Reputationsmanagement** – der direkte Nutzen für das Ansehen der Organisation bleibt unterbelichtet.
- Ein Stichwortverzeichnis wäre wünschenswert.

Verständlichkeit:

Wolf Schneider sagte: „Einer muss immer arbeiten – der Leser oder der Autor.“ Hier haben die Autoren gearbeitet: klare Sprache, gut strukturiert.

Aktualität:

Zeitlose Inhalte, die auch in Zukunft relevant bleiben.

4. Nutzen für die Leser

Ideal für Inhaber, Führungskräfte und Organisationsverantwortliche, die sich mit langfristigem Erfolg und gutem Ruf beschäftigen.

Das Buch bietet:

- Praktische Anleitung für Wertemanagement – vom Sinn und Zweck bis zur Wertsteigerung
 - Orientierung für moralische und ethische Fragen
 - Werkzeuge zur Entwicklung einer werteorientierten Unternehmenskultur
-

5. Fazit

Ein fundiertes Nachschlagewerk zur Kulturentwicklung mit wertvollen Werkzeugen und klaren Konzepten.

Empfehlung: Ja – denn eine starke Reputation gelingt nur mit konsequentem Wertemanagement.

Rolf Roth
Aktionär und Verwaltungsrat Boss Info AG

Deitingen, 1. Dezember 2025