



MAGAZIN FÜR WERTE, TIEFGANG UND FÜHRUNG
IN DER WIRTSCHAFT

AUSGABE 23

WTF ***



HERAUSGEGEBEN VON
DER POLYMUNDO AG

SDGs:
17 KACHELN, DIE
DIE WELT NEU
AUSRICHTEN SOLLEN
S. 12

CSR-DIRECTIVE:
TRANSFORMATIONS-
BOOSTER
AUS BRÜSSEL
S. 20

BESSER FÜHREN,
ODER:
ERKENNE DEN
AFFEN IN DIR
S. 22



INHALT

- 02 EDITORIAL
- 04 CASE STUDY
Hirmer Hospitality
- 08 FEATURE
(Echte) Nachhaltigkeit
- 12 ESSAY SDGs
17 Kacheln, die die Welt
neu ausrichten sollen
- 16 CASE STUDY
Julia Rhein
- 20 ESSAY CSR-DIRECTIVE
Der Transformations-
Booster aus Brüssel
- 22 ESSAY FÜHRUNG
Besser führen – oder:
Erkenne den Affen in Dir
- 24 SPECIAL
Einblicke & Ausblicke
- 26 IMPULS ZUM SCHLUSS
Nachhaltige Glaubensfragen

WTF*** What the fuck? What the fish? Werte? Tiefgang? Führung? Dieses Heft ist ein Plädoyer für Zukunftsvisionen. Kampfeslustiger Optimismus. Glaube an Herzensangelegenheiten.

Was denn jetzt schon wieder? Lieferkrise? Mitarbeiterkrise? Generationenkrise? Klimakrise? Konfliktkrise? Energiekrise? Moralkrise? Krisenkrise? Alles Chance oder direkter Weg in den Untergang? Kampf oder Flucht? Und warum kann nicht alles so bleiben wie es ist? Überdross? Augen verschließen? Verliert der, der sich als Erster bewegt? Oder rostet der, der rastet? Braucht es Mehr oder Weniger? Oder beides? Oder nur Anders? Hat ein Kreis wirklich kein Ende? Ist das Glas halb leer oder halb voll? Wo bleibt mein Geschäftsmodell? Am Ende Survival of the fittest?

Es ist die Zeit der fundamentalen Fragen. Zeit für Mutige. Für Standhafte. Für Neugierige. Es ist Zeit für Begegnungen und Miteinander. Wir stehen mitten in der VUCA-Welt und deren 50 shades of grey. Fluch oder Segen? In jedem Fall die Möglichkeit zur Evolution oder die Notwendigkeit... Allgemeingültige Lösungen finden sich in diesem Heft nicht – das wird den Herausforderungen dieser komplexen Welt nicht gerecht. Was Sie aber finden sind Inspiration und Impulse – manchmal vielleicht auch ein klein wenig Provokation.

IMPRESSUM

Herausgeber: Polymundo AG, Ferdinand-Braun-Straße 17, 74074 Heilbronn
Redaktion: Beatrice Busch, Christian Bonk; Gestaltung: Superbold Design GmbH
Bildmaterial Titellillustration: www.stock.adobe.com, iStock.com/cynoclub, iStock.com/channarongsds, iStock.com/Rooky8; Druck: oeding print GmbH

Alle Artikel wurden exklusiv für das „WTF – Magazin für Werte, Tiefgang und Führung in der Wirtschaft“ geschrieben. Alle Rechte vorbehalten. ©Polymundo AG, Heilbronn. Jegliche Verwertung der hierin enthaltenen Beiträge und Abbildungen, besonders durch Vervielfältigung oder Verbreitung, ist – mit Ausnahme der rechtlich zulässigen Fälle – ohne vorherige schriftliche Einwilligung der Polymundo AG unzulässig und strafbar.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

ZUKUNFT IST, WAS WIR HEUTE MACHEN.
WE CAN MAKE IT. MENSCHLICHES MIT-
EINANDER UND WERTE SIND DIE GRUNDLAGEN
FÜR DAS WACHSEN ÜBER DIE
EIGENEN GRENZEN.

ARE YOU READY FOR
TRANSFORMATION?

DANN BITTE EINMAL
VON DER ERKENNTNIS IN DIE
EXEKUTION IN DIE ESKALATION

UND WIEDER ZURÜCK.

WEIBLICHE INTUITION ROCKT DIE MÄNNER- DOMÄNE



40-TONNER FÜR DEN FERNVERKEHR, BIS ZU 60 TONNEN SCHWERE BAUSTELLENFAHRZEUGE UND ROBUSTE TRANSPORTER SIND NORMALERWEISE NICHT GERADE DER VERKAUFS-FUHRPARK, IN DEM SICH FRAUEN HEIMISCH FÜHLEN. KÖNNTE MAN ZUMINDEST VERMUTEN – BIS MAN JULIA RHEIN BEGEGNET.



WIE EINE QUEREINSTEIGERIN EINE TRADITIONELLE BRANCHE VOM GESTERN ZUM (ÜBER-)MORGEN BRINGT

Die „gelernte“ Juristin Julia Rhein ist Geschäftsführerin des Autohauses Rhein Nutzfahrzeuge und leitet seit zwei Jahren einen Betrieb, der Speditionen, Bauunternehmen und Handwerker mit Spezialfahrzeugen für den harten Einsatz versorgt. Die 80 Mitarbeiter des Autohauses verteilen sich auf den Verkauf, die große Werkstatt und die Administration. Als Geschäftsführerin ist Julia Rhein gleichzeitig Chefverkäuferin mit einem 15-köpfigen Verkaufsteam, das außer ihr und einer Mitstreiterin branchentypisch aus männlichen Nutzfahrzeug-Experten besteht. Julia Rhein hat die Szenerie von Beginn an begeistert: „Wir verkaufen Fahrzeuge, die ganz im Gegensatz zu schicken Pkws so gar nichts Charmantes oder Emotionales mitbringen, das Kunden berührt und einen Kauf begünstigt. Wir haben als Rüstzeug ausschließlich technische und wirtschaftliche Argumente, die wir glaubhaft überbringen müssen, wenn wir einen Truck an den Mann bringen wollen. Daher müssen wir die Customer Journey völlig anders, kreativ und immer wieder neu gestalten, wenn wir einen Kunden gewinnen wollen, denn das Fahrzeug selbst hilft da kaum mit“, skizziert sie die tägliche Herausforderung.

GERADE DIE TRADITIONELLE BRANCHE BRAUCHT EINEN FRISCHEN BLICK NACH VORNE

Der Handel mit Nutzfahrzeugen gilt als äußerst traditionelle Branche, in der es schon mal rustikal zugeht. Aber unter Ein- und Verkäufern von Trucks haben auch heute noch ein Wort oder ein Handschlag Vertragscharakter. Das waren von

Beginn an Bedingungen, die Julia Rhein fasziniert haben. Dass sie sich in einer reinen Männerdomäne bewegt, empfindet sie inzwischen sogar als handfesten Vorteil. „Auch wenn der eine oder andere erst einmal staunt, wenn ich die Verkaufshalle betrete, bleibe ich vermutlich vielen länger in Erinnerung als die männlichen Kollegen, die den Job schon seit gefühlten Jahrzehnten machen“, schmunzelt die Nutzfahrzeug-Expertin. Apropos Jahrzehnte: Was Julia von Beginn an auffiel, ist die immer gleiche Routine, mit der Nutzfahrzeuge nun schon seit mehreren Jahrzehnten verkauft werden. „Die Prozesse sind bewährt und die Parameter, die zum Kauf eines bis vor kurzem grundsätzlich von Dieselmotoren angetriebenen Nutzfahrzeugs gehören, haben sich bis vor zwei, drei Jahren im Vergleich zu den 1970er oder 80er Jahren kaum geändert“, beschreibt sie ihre Beobachtungen.

Allerdings erlebt die Nutzfahrzeug-Branche gerade einen beinahe ebenso gravierenden Wandel wie die Pkw-Welt. „Es reicht schon heute beileibe nicht mehr, ausschließlich zu wissen, welches Nutzfahrzeug für welche Baustelle am geeignetsten ist. Wir werden immer häufiger mit viel spannenderen Fragen konfrontiert.

LNG, CNG, Hybridmotoren und Elektro-Trucks sind die Themen, die unsere Kunden umtreiben. Ebenso kommen neben den Finanzierungsklassikern Leasing oder Ratenkauf immer neue Miet- und Langzeitmiet-Konzepte auf, bei denen unsere Kunden extremen Beratungsbedarf haben.“ Und selbstverständlich schreitet auch bei den Nutzfahrzeugflotten die Digitalisierung voran: Navigation, Tracking, Remotebetrieb sind Themen, die längst in den Unternehmen angekommen sind. Julia Rhein will aber nicht nur in mehr Fachwissen der Mitarbeiter investieren. Es geht ihr vor allem darum, insgesamt eine Veränderung der Team- und Mitarbeiterkultur hin zu mehr Offenheit und Austausch herbeizuführen, die dann auch den Wissenstransfer untereinander in Gang setzt.

TRANSFORMATION MUSS JETZT GESCHEHEN, UM FÜR MORGEN FIT ZU SEIN

Regelmäßige Workshops zu Zukunftsthemen, Teamevents und Fortbildungen sorgen dafür, dass Kundenfragen auch künftig kompetent und mit dem so wichtigen Blick in die Zukunft beantwortet werden. Was da auf Julia Rhein und ihr Team zukommt, ist nur zu bewältigen, wenn die Verkaufsmannschaft gemeinsam dazulernt und sich als echtes Team präsentiert. Das ist gerade im Verkauf mit seinen verstaubten Provisionsmodellen eine anspruchsvolle Aufgabe. Aber die ersten Monate des Transformationsprozesses tragen bereits Früchte. „Meine Verkäufer sind untereinander schon sehr viel offener geworden und gehen viel mehr als früher Projekte als Teamaufgabe an. Das spüren auch unsere Kunden und profitieren von dem viel besser verfügbaren Wissen, auf das nun jeder im Team zugreifen kann.“ Für Julia Rhein ist diese Wandlung im Verkaufsteam der beste Beweis dafür, dass es richtig war,



die Transformation anzustoßen. Für die nächsten Monate stehen ähnliche Projekte für die Entwicklung des Werkstatt-Teams und der Administration an. Denn auch in diesen Abteilungen herrscht teilweise noch das tradierte Scheuklappen-denken. „Mein Ziel ist, dass durch die erfolgreichen Workshops und ein abteilungsübergreifendes Teambuilding unser klassischer Nutzfahrzeughandel zu einer Firma wird, die den Markt verändert, anstatt von ihm rechts überholt zu werden.“

DAS VORGEHEN

- Umfassende Analyse
- Entwicklung einer ganzheitlichen Transformationsstrategie
- Einbezug des Teams in die Detaillierung und Umsetzung
- Moderierte Reflexions- und Strategietage

DER KUNDE

Seit 90 Jahren existiert das Autohaus Rhein Nutzfahrzeuge. Um die 1.000 Einheiten pro Jahr gehen durch die Hände des Händlers, davon etwa 600 Transporter und je 200 Fernverkehrs-Lkws und ebenso viele Astras, die hauptsächlich im Bergbau, in Steinbrüchen und im Schwerlastverkehr eingesetzt werden.

www.rhein-nutzfahrzeuge.de



Zur Person: Julia Rhein studierte Rechtswissenschaften in Tübingen und war bis 2013 in verschiedenen Anwaltskanzleien als Rechtsanwältin tätig. Im August 2013 übernahm sie die Verkaufsleitung und die Leitung des Kompetenz-Zentrums bei Heermann Rhein IVECO. Seit 2020 ist sie Geschäftsführerin bei Heermann Rhein Nutzfahrzeuge.

?!

**Wo kämen wir hin, wenn alle sagten,
wo kämen wir hin, und niemand ginge,
um einmal zu schauen, wohin man käme,
wenn man ginge.**

—
Kurt Marti

NACHHALTIGE GLAUBENSFRAGEN: EINE THEOLOGISCHE REFLEXION ÜBER DIE SELBST-VERANTWORTUNG



PROF. DR. THEOL. STEFAN KRAUTER

*Assistenzprofessor für Neues
Testament an der Theologischen
Fakultät der Universität Zürich,
Pfarrer der Evangelischen
Landeskirche in Württemberg*

www.theologie.uzh.ch

WAS KANN ICH ALS THEOLOGE, DER ZUM NEUEN TESTAMENT FORSCHT, ZUM THEMA „NACHHALTIGKEIT“ SAGEN?

Die ehrliche Antwort: Erst einmal nichts! Jesus und seine frühesten Anhänger kannten weder das Wort noch die Sache. Einige von ihnen lebten in der Ansicht, das Ende dieser Welt stehe kurz bevor. Dass dieses Ende von Menschen, ihrer Technik und ihrer Form des Wirtschaftens bewirkt sein könnte, lag außerhalb ihrer Vorstellung. Sie suchten schlicht Hilfe in ihrer aktuellen Not und Rettung vor den kommenden, noch größeren Katastrophen. Die Texte, die sie geschrieben haben, sind für uns postchristliche, weithin säkulare Europäer eine fremde Welt.

ABER: IM BEFREMDDEN LIEGT DIE CHANCE!

Unser Denken ist oft festgelegt auf Fragen der Machbarkeit, Planung und Optimierung. Unsere ethischen Diskurse kreisen um Rechte, Ansprüche und Interessenskonflikte. Die ersten Christen - und alle antiken Menschen - würden erstaunt zurückfragen: Was ist eigentlich euer Ziel? Vor allem: Wie formt und prägt dieses Ziel eure Haltung und euer Verhalten? Diese Fragen nach dem „höchsten Gut“, das wir anstreben, und nach unseren „Tugenden“ scheinen wie aus der Zeit gefallen. Eben deshalb können sie uns Impulse geben - übrigens: egal, ob wir uns religiös in der Tradition des Christentums verstehen oder nicht.

DIE ANTIKEN TEXTE EMPFEHLEN UNS: ARBEIT AM SELBST.

Die Zeit breiter politischer Konsense und technokratischer Planung ist vorbei. Kaum absehbare Dynamiken prägen unsere Welt. Die frühesten christlichen Schriften geben keine fertigen Lösungen. Sie zeigen einen Weg auf: Gemeinsam fragen und klären, nach welchem Gut wir streben. Dann in freundschaftlichem Beratungsgespräch an unseren individuellen und kollektiven Einstellungen und Verhaltensmustern arbeiten. Nachhaltige Veränderung, so würden sie uns raten, fängt bei uns selbst an. Und, so würden sie uns ermutigen, sie wird Erfolg haben.

**IS THIS THE
BEGINNING
OR THE
END?**

**TUN ODER LASSEN?
KONTROLLE ODER EIGEN-
VERANTWORTUNG?
WOFÜR STEHEN WIR?
WAS PASSIERT,
WENN NICHTS PASSIERT?
SCHLUSS.**

EINFACH LOSLEGEN!



?!



XQ4

www.blauer-engel.de/uz195

Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.