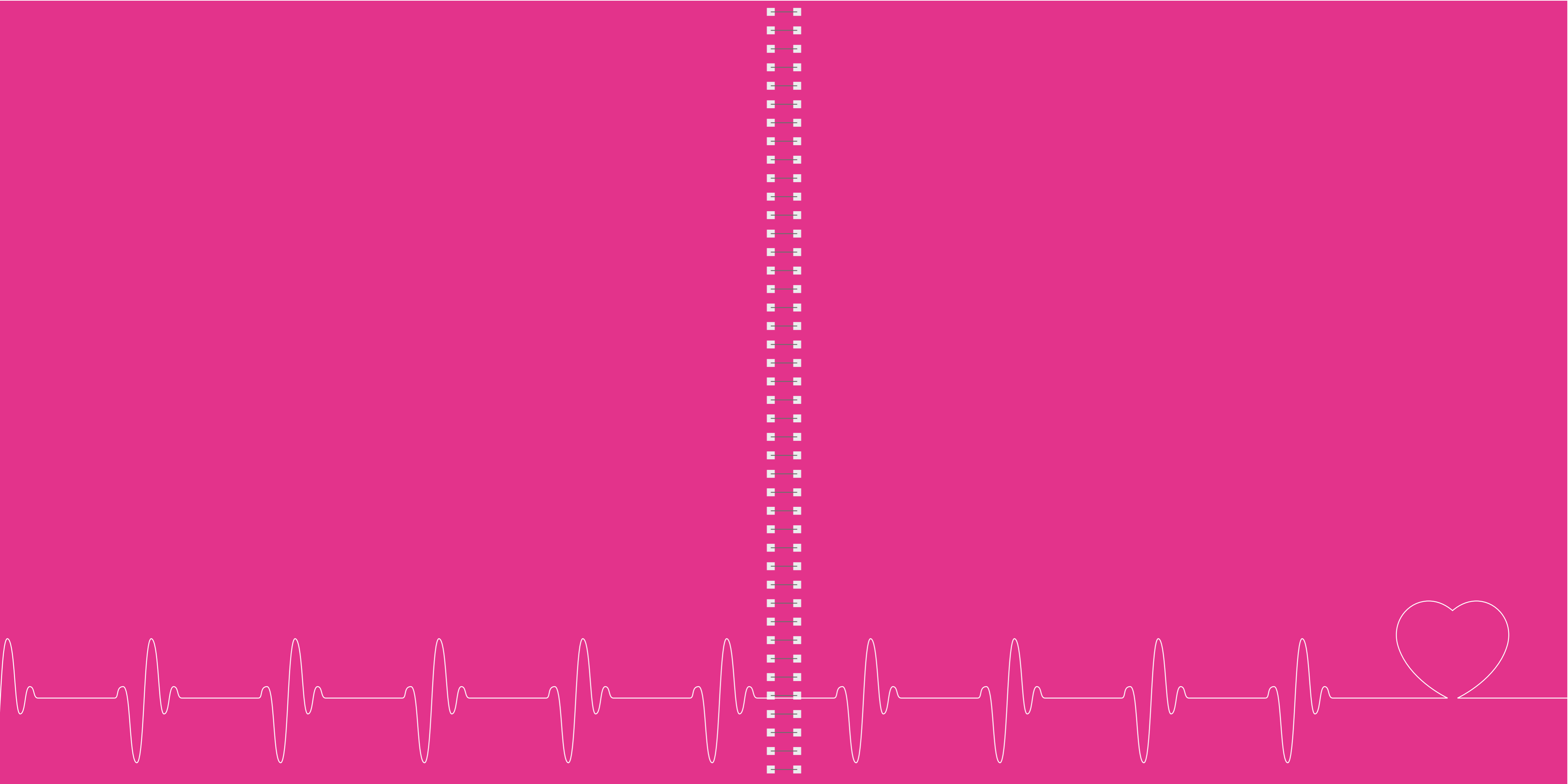


**MIT GANZEM
HERZEN**





Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Unternehmenskultur – was ist das überhaupt und wofür soll sie gut sein? Und Unternehmenswerte – für was braucht man die denn? Alles nichtssagendes und austauschbares Zeug, das wenig bringt und das man hat, oder besser gesagt, aus dem Boden stampft, weil es zum guten Ton eines jeden erfolgreichen Unternehmens gehört. Jetzt also auch bei All for One Steeb. So oder so ähnlich denken sicherlich einige von Ihnen.

Ich kann Ihnen versichern: Aus dem Boden wurde nichts gestampft und erfunden wurde ebenfalls nichts. Auch nichts geschönt oder dazugedichtet. Wozu auch? Ist doch alles da! Und zwar seit vielen Jahren.

Dass ich im Zusammenhang mit All for One Steeb das Wort „kultig“ immer wieder in den Mund nehme, kommt nicht von ungefähr. Das Ansehen, das All for One Steeb im Markt genießt, wird nicht allein von unseren Dienstleistungen und Lösungen bestimmt, sondern ganz maßgeblich von der Art und Weise, wie wir unseren Kunden, Interessenten und Partnern begegnen, wie wir miteinander umgehen und wie wir auftreten – nach innen und nach außen. Ob „Hells Bells“ Schlag 18.00 Uhr an jedem CeBIT-Tag, durchgemachte Nächte vor einem Produktivstart, kostenloses Obst und Müsliriegel für uns alle, mit Kunden und ihren Familien gemeinsam kochen, ein Referenzkunde, der uns weiterempfiehlt, der erneute Gewinn des SAP Pinnacle

Awards oder unsere Sommersportfeste in diesem Jahr. All das ist Kultur oder das Ergebnis unserer Kultur, die es gilt zu pflegen und weiterzuentwickeln.

Wenn Sie unsere Unternehmenswerte anschauen, werden Sie feststellen, dass sie seit jeher die Basis unserer Zusammenarbeit sind. Dass sie seit vielen Jahren gelebt werden – ein gewachsenes Miteinander mit klaren Zielen, Handlungsweisen und Spielregeln. Warum wir sie gerade jetzt feinjustieren und schwarz auf weiß festlegen? Weil es der richtige Zeitpunkt ist. Wir sind in den letzten Jahren stark gewachsen, haben unlängst unseren tausendsten Mitarbeiter begrüßt und mehrere Integrationen erfolgreich hinter uns gebracht. Dass dabei auch einmal die ein oder andere Irritation und Unsicherheit entsteht, ist völlig klar und menschlich. Umso wichtiger sind gemeinsame Unternehmenswerte, die uns allen Orientierung und Sicherheit geben. Für ein erfolgreiches und respektvolles Miteinander. Mit ganzem Herzen.

Ihr

Lars Landwehrkamp

DIE ALL FOR ONE STEEB WERTE UND IHRE ENTSTEHUNG

Wie sind sie denn nun entstanden – unsere Werte?

- im stillen Kämmerlein
- copy & paste – hört sich doch eh alles gleich an
- in Arbeitskreisen – intensiv und engagiert
- in Ulm, nachts um halb 2

So viel schon mal vorweg: Eine Antwort trifft zu. Aber von vorne. Kaum hat man ein Unternehmen betreten, glaubt man schon zu spüren, wie die Menschen dort ticken, welche Kultur gepflegt wird. Denn der erste Eindruck zählt auch hier. Spätestens in der Kaffeeküche wird klar, welchen Stellenwert die Kultur hat: Frischmilch oder Milchpulver, Mahlwerk oder Filterkaffee? Dass die Unternehmenskultur gleich mit allen Sinnen erfasst wird, haben uns schon oft Bewerber versichert. Bei uns riecht es nicht nur nach gutem Kaffee, sondern wohl auch nach dynamischem Umfeld und respektvollem Miteinander. Aber was alles macht Kultur aus? Und wie fasse ich das um Himmels Willen nur in Worte? Zugegeben – keine einfache Aufgabe. Und man kann dabei so viel falsch machen. Denn wer kennt sie nicht – die Beispiele an Unternehmenswerten großer Konzerne, die austauschbar statt authentisch wirken und meist wie leere Worthülsen daherkommen? Kennst du einen, kennst du alle. So das Gefühl, das man gemeinhin mit Unternehmenswerten verbindet.

Unter diesen Prämissen hat sich im Januar 2013 unsere Geschäftsleitung an die nicht triviale Aufgabe gemacht, unsere Unternehmenswerte auf Papier zu bringen. In einer zweitägigen Klausurtagung ist

sie unserer Unternehmenskultur so richtig auf den Grund gegangen. Das Ergebnis nach vielen kniffligen Fragen, regen Diskussionen und vollen Flipcharts: siehe Grafik rechts.

Der Kunde im Mittelpunkt. Passt! Ansonsten erst mal gängige, wenn auch zutreffende Schlagworte, aus denen es nun was zu machen galt. Vor dieser Aufgabe standen nun wir 10 Führungskräfte, aus denen der Arbeitskreis „Unternehmenskultur All for One Steeb“ bestand. Motiviert gingen wir ans Werk. Immerhin wurden uns keine Werte und Leitlinien übergestülpt, wir durften sie selbst erarbeiten! Mit Hilfe von Beispielsituationen, Geschichten und Charakteren versuchten wir unsere Unternehmenskultur greifbar zu machen. Das Ergebnis war inhaltlich gut, aber noch holprig in der Formulierung. Ein Kommunikationsexperte für den Feinschliff musste her. Als die Formulierungen dann vor uns lagen, waren wir uns einig: Das Ganze passt und ist „typisch All for One Steeb“.

Irgendetwas störte uns aber noch. Schlussendlich waren es halt doch nur Worte. Wie aber werden sie interpretiert? Wie erwecken wir sie zum Leben? Die entscheidende Idee: Lasst uns die Werte mit Bildern transportieren! Sozusagen lebendig machen. Und so war es nur noch eine Frage des wie, aber nicht des wer – denn wer könnte Unternehmenswerte besser visualisieren als die eigenen Leute? Das Ergebnis seht ihr in diesem Buch.

Andrea Brandes, Lars Bocklage, Helge Claußen, Dirk Lorenz, Richard Lorenz, Peter Mazukiewicz, Thomas Richter, Roland Sopper, Achim Sowa, Klaus Weiberg

Wie alles begann:

Ergebnis des ersten Workshops zu den Unternehmenswerten.



KUNDENORIENTIERUNG

ERST DER KUNDE, DANN DER KUNDE

Erst der Kunde, dann der Kunde. Sein Erfolg ist unsere Motivation. An ihm orientieren wir uns.
Für ihn stecken wir uns hohe Ziele – und selbst schon mal zurück.
Seine Zufriedenheit, sein Vertrauen – dafür ist uns keine Anstrengung zu groß.
Wenn Kunden erfolgreich sind, sind wir es auch.
Wirtschaftlich. Persönlich. Auf Dauer.



Toni, Cloud & Office Application Services,
verbiegt sich für seinen Kunden schonungslos.

Was bedeutet für
dich Kundenorientierung?



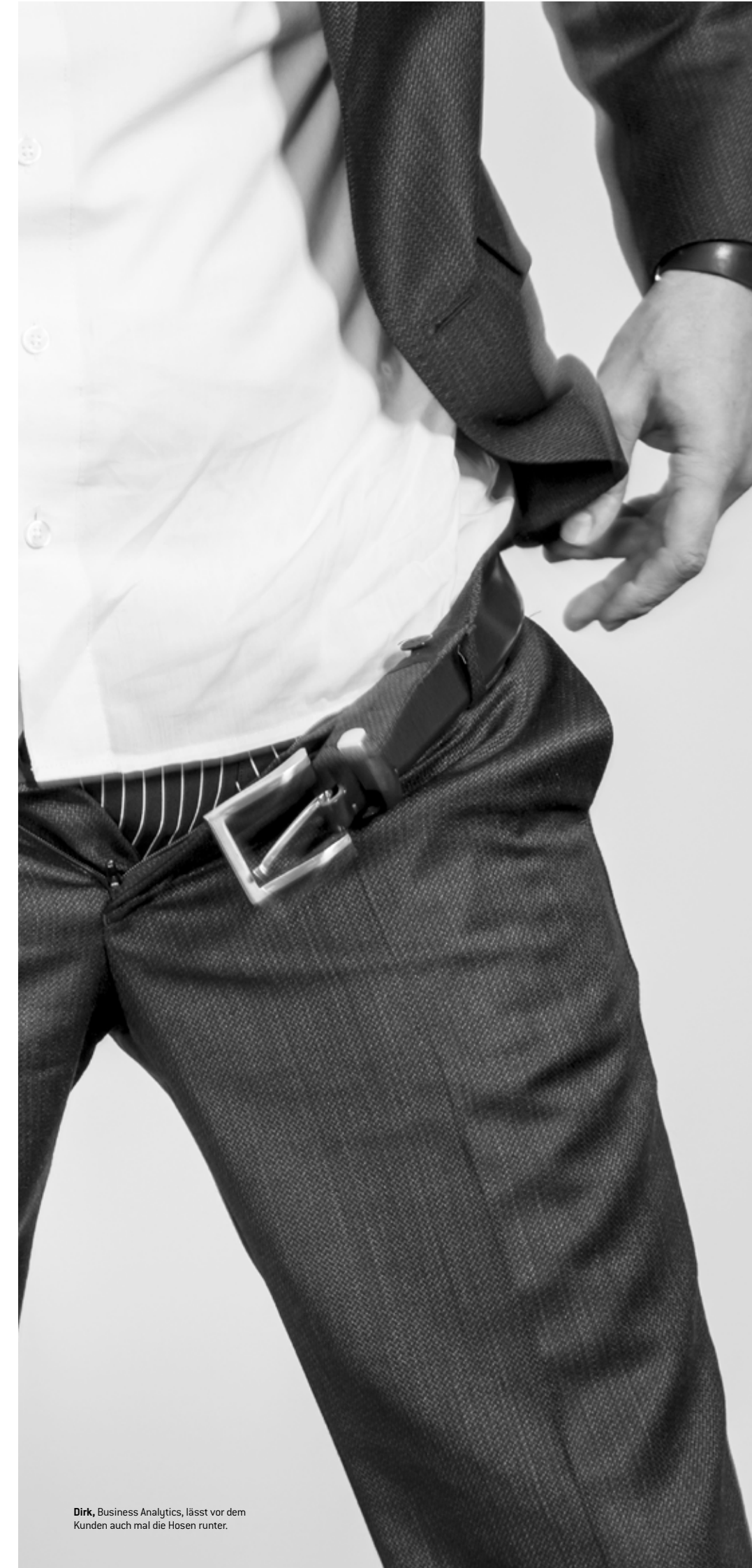
Bernd, Development,
verehrt seinen Kunden (fast) wie einen Heiligen.



KUNDENORIENTIERUNG

ERST DER KUNDE, DANN DER KUNDE

Erst der Kunde, dann der Kunde. Sein Erfolg ist unsere Motivation. An ihm orientieren wir uns.
Für ihn stecken wir uns hohe Ziele – und selbst schon mal zurück.
Seine Zufriedenheit, sein Vertrauen – dafür ist uns keine Anstrengung zu groß.
Wenn Kunden erfolgreich sind, sind wir es auch.
Wirtschaftlich. Persönlich. Auf Dauer.



Dirk, Business Analytics, lässt vor dem Kunden auch mal die Hosen runter.

Rosemarie, SAP Vertrieb NEW, beißt für ihre Kunden schon mal in den sauren Apfel.



Jessica, Duales Studium Wirtschaftsinformatik, steht ihrem Kunden stets zu Diensten.



Sebastian, Plattform Services, ist für seine Kunden rund um die Uhr im Einsatz.



Britta, Leadfactory, ist die Speerspitze des Vertriebs und ständig auf Kundenjagd.



Lars, Vorstandssprecher, legt sich für den Kunden richtig ins Zeug.

KOMPETENZ UND FOKUSSIERUNG DIE BESTEN SIND UNS DIE LIEBSTEN

Die Besten sind uns die Liebsten. Als Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und als Team.
Das erfordert, dass wir uns auf eigene Stärken konzentrieren. Und noch besser werden.
Fachlich. Im Umgang mit Kunden. Miteinander.

Fabian, Order Management, hängt die Messlatte hoch und arbeitet hart an seiner Bestmarke.



Volker, Vertrieb Managed Services, hält immer auf Kurs.



Britta, Leadfactory, ist extrem wissbegierig.



Wie stellst du
Kompetenz und
Fokussierung unter
Beweis?

KOMPETENZ UND FOKUSSIERUNG DIE BESTEN SIND UNS DIE LIEBSTEN

Die Besten sind uns die Liebsten. Als Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und als Team.
Das erfordert, dass wir uns auf eigene Stärken konzentrieren. Und noch besser werden.
Fachlich. Im Umgang mit Kunden. Miteinander.



Sandra, Leadfactory, hat schon beim Start das Ziel vor Augen.



Lars, Vorstandssprecher, kommen so die besten Ideen.



Ulrike, BI Automotive, bündelt ihre positive Energie.



Toni, Cloud & Office Application Services, schaut immer ganz genau hin.

EIN GANZ NORMALER TAG



07:45 UHR: ZEIT FÜR WERTSCHÄTZUNG UND MENSCHLICHKEIT

Vertriebsspezialist Oli Kammel und Logistikberater Peter Gabler sind mit dem Auto unterwegs nach Wasserburg am Inn zu einem Presales-Workshop bei Gronbach, einem in der Veredelung von Metalloberflächen führenden Metallverarbeiter. Das Mobiltelefon klingelt und Kollege Jochen Schröder kündigt an, dass er zehn Minuten später als vereinbart bei Gronbach eintreffen wird, da auf seiner Strecke Stau war. Mit im Gepäck hat er frische Croissants für seine Kollegen. So kann der Tag beginnen.

08:20 UHR: ZEIT FÜR SORGFALT UND ZUVERLÄSSIGKEIT

Unweit vom Firmengelände treffen sich die drei Kollegen auf einem Parkplatz und gehen die Präsentation, die sie in der Vorbereitung des Presales zusammengestellt haben, nochmals durch. Auch die zuvor festgelegte Rollenverteilung wird nochmals an die aktuellen Informationen und die Teilnehmer von Gronbach angepasst. Damit steht fest, wer welchen Part bei der Präsentation übernimmt und wer welche eventuell aufkommenden Fragen beantwortet.

09:45 UHR: ZEIT FÜR KOMPETENZ UND FOKUSSIERUNG

Es läuft nach Plan. Die potenziellen Keyuser von Gronbach und die beiden Geschäftsführer lassen sich von den All for One Steeblern am System zeigen, wie sie ihre Prozesse abbilden könnten. Peter Gabler erklärt gerade die Feinheiten der Produktionsplanung, als der Produktionsleiter nach den Möglichkeiten fragt, ihre Produktvarianten in SAP zu verwalten. Das war nicht auf der Agenda des Workshops und somit systemseitig nicht vorbereitet. Peter Gabler hat damit kein Problem – er kennt sich als Logistikberater in der Variantenkonfiguration bestens aus. Er hat viele Variantenbeispiele auf seinem Präsentationssystem, wählt ein Passendes aus und zeigt in der notwendigen Ausführlichkeit, wie die Variantenverwaltung umgesetzt werden könnte. Der technische Geschäftsführer nickt zufrieden.

11:05 UHR: ZEIT FÜR FREIRAUM UND UNTERNEHMERISCHES HANDELN

Pause. Die Kollegen beraten sich. Der technische Geschäftsführer hat nun schon zum zweiten Mal nach den Möglichkeiten der SAP-Anwendung „Advanced Planning and Optimization“ (APO) gefragt. Auch das war in der Vorbesprechung mit Gronbach kein Thema. Allerdings ist keiner der anwesenden Berater auf APO spezialisiert; dafür haben sie ihre Kollegen aus dem Bereich SCM. Sollen sie auf diese verweisen oder einfach den Prozess kurz am Flipchart aufzeigen, um erste Fragen zu beantworten? Sie entscheiden sich für Letzteres. Peter Gabler stimmt sich mit dem technischen Geschäftsführer ab, bittet alle Anwesenden um weitere zehn Minuten Pause und bereitet zwei Flipcharts vor. Als der Workshop weiter geht, erläutert er kurz, dass sie aufgrund der Fragen einen kleinen Exkurs machen und anschließend wieder zur Agenda zurückkehren. Er stellt den Prozess vor und verweist darauf, dass bei näherem Interesse und Detailfragen gerne eine Web-Konferenz oder ein persönlicher Termin mit einem Kollegen aus dem SCM vereinbart werden kann.

15:05 UHR: ZEIT FÜR EHRGEIZ, WACHSTUM, NR. 1.

Der Workshop neigt sich dem Ende zu und die Gronbacher geben ihr Feedback. Beratungsleiter Jochen Schröder und Oli Kammel gehen nochmals auf die zu Beginn des Workshops formulierten Erwartungen ein. Hinter jeden Punkt können sie ein Häkchen setzen. Offensichtlich sind alle offenen Punkte der Anwesenden geklärt. Damit gibt sich das Presales-Team von All for One Steeb aber nicht zufrieden. Aktiv fragen sie nach, was zu tun ist, damit Gronbach den nächsten Schritt mit ihnen geht. Sie sind erst zufrieden, als ein Folgetermin vereinbart wird. Thema: eine finale Angebotspräsentation auf Basis der Erkenntnisse aus dem Detailworkshop. Geschäft!

15:35 UHR: ZEIT FÜR LERNFÄHIGKEIT UND VERÄNDERUNGSBEREITSCHAFT

Die drei Kollegen treffen sich in einem Café zehn Minuten vom Werksgelände entfernt und reflektieren nochmals den Workshop und ihre Leistung. Sie geben sich gegenseitig Feedback, was gut war und was sie das nächste Mal noch besser machen könnten.

17:40 UHR: ZEIT FÜR KUNDENORIENTIERUNG

Oli Kammel ist zuhause angekommen, loggt sich jedoch nochmals ins System ein. Er möchte noch heute die von Gronbach gewünschten Änderungen auf den Weg bringen, so dass das neue Angebot noch diese Woche fertiggestellt werden kann. Zunächst bedankt er sich allerdings per Mail bei allen Workshop-Teilnehmern für den heutigen Termin und das positive Feedback. Er macht die Folien als Protokoll fertig und ergänzt alle Anforderungen, die Gronbach neu formuliert hat, um sicherzugehen, dass auch wirklich alle dasselbe darunter verstehen. Feierabend! Ist auch höchste Zeit, da das After-Work-Programm im Hause Kammel bereits feststeht: Theaterprobe und danach ins Wirtshaus ...



SORGFALT UND ZUVERLÄSSIGKEIT ERST DENKEN, DANN HANDELN

Erst denken, dann handeln. Ziele kennen und nicht aus den Augen verlieren.
Beherzt zu Werke gehen, aber ohne Aktionismus.
Dafür mit gründlicher Vorbereitung. Fast pingelig im Detail.
Und dranbleiben bis zum Abschluss.

Wie lebst du
Sorgfalt und
Zuverlässigkeit?

Bernd, Development, hat hohe Ansprüche
an sich selbst – und an andere.



Britta, Leadfactory, ist so sorgfältig,
dass es manchmal schon wehtut.



Sebastian, Plattform Services,
geht in seiner Perfektion völlig auf.



SORGFALT UND ZUVERLÄSSIGKEIT ERST DENKEN, DANN HANDELN

Erst denken, dann handeln. Ziele kennen und nicht aus den Augen verlieren.
Beherzt zu Werke gehen, aber ohne Aktionismus.
Dafür mit gründlicher Vorbereitung. Fast pingelig im Detail.
Und dranbleiben bis zum Abschluss.



Sven, SAP Vertrieb SÜD,
winkt beim Thema Sorgfalt gern mal ab.



Kai, Service Design, arbeitet an einem Detail
so lange bis alles ganz genau sitzt.



Fabian, Order Management, saugt alle wichtigen
Informationen auf wie ein Schwamm.



Toni, Cloud & Office Application Services,
kriecht sich in seine Aufgabe voll rein.

EHRGEIZ, WACHSTUM, NR. 1 NACH DEM WETTKAMPF IST VOR DEM WETTKAMPF

Nach dem Wettkampf ist vor dem Wettkampf. Wir feiern gerne.
Gewonnene Aufträge, zufriedene Kunden, gute Renditen.
Auf Lorbeeren ausruhen kommt aber nicht in Frage.
Nummer 1 wollen wir sein. Und bleiben. Das braucht Ehrgeiz und Gewinnermentalität.
Und falls es mal nicht so rund läuft? Dann erst recht!



Sven, SAP Vertrieb SÜD, stürzt sich kopfüber in den Wettkampf.



Rosemarie, SAP Vertrieb NEW, agiert immer auf den Punkt genau.



Stefan, Service Transition, stemmt jedes Projekt.

Wie demonstrierst du
Ehrgeiz und Wachstum?

EHRGEIZ, WACHSTUM, NR. 1 NACH DEM WETTKAMPF IST VOR DEM WETTKAMPF

Nach dem Wettkampf ist vor dem Wettkampf. Wir feiern gerne.
Gewonnene Aufträge, zufriedene Kunden, gute Renditen.
Auf Lorbeeren ausruhen kommt aber nicht in Frage.
Nummer 1 wollen wir sein. Und bleiben. Das braucht Ehrgeiz und Gewinnermentalität.
Und falls es mal nicht so rund läuft? Dann erst recht!



Jochen, BU Machine, holt für ein Projekt schon mal die Sterne vom Himmel.



Bodo, SAP Cloud Solutions, atmet vor dem nächsten Wettkampf erst einmal tief durch.



Klaus, BU Machine Österreich, handelt nach dem Motto: „A bissel mehr geht immer!“



Jessica, Duales Studium Wirtschaftsinformatik, punktet mit Bizeps, Bits und Bytes – typisch Frau.

WERTSCHÄTZUNG UND MENSCHLICHKEIT MENSCH SEIN

Mensch sein. Der Einzelne ist uns wichtig. Seine Leistung genauso wie seine Persönlichkeit.
Beides soll sich in einem Klima des Vertrauens entwickeln.
In Teams, wo das Miteinander und die gegenseitige Unterstützung zählt.
Und Ehrlichkeit an erster Stelle steht.

Toni, Cloud & Office Application Services,
geht Lob runter wie Öl.



*Wie bezeugst du
Wertschätzung und
Menschlichkeit?*

Stefan, Service Transition, gibt Feedback spontan
und ehrlich aus dem Bauch heraus.



Rosemarie, SAP Vertrieb NEW,
vertraut ihren Kollegen blind.



WERTSCHÄTZUNG UND MENSCHLICHKEIT MENSCH SEIN

Mensch sein. Der Einzelne ist uns wichtig. Seine Leistung genauso wie seine Persönlichkeit. Beides soll sich in einem Klima des Vertrauens entwickeln. In Teams, wo das Miteinander und die gegenseitige Unterstützung zählt. Und Ehrlichkeit an erster Stelle steht.



Sandra, Leadfactory, zieht vor den Leistungen ihrer Kolleginnen und Kollegen den Hut.



Michael, Service Desk, geht gerne zur Hand.



Ulrike, BU Automotive, schenkt ihrem Team regelmäßig Wertschätzung.



Sabine, BOVAC/DW, sportt an: Gemeinsam werden wir es schaffen!



LERNFÄHIGKEIT UND VERÄNDERUNGSBEREITSCHAFT FORTSCHRITT BRAUCHT VERÄNDERUNG

Fortschritt braucht Veränderung. Deshalb hinterfragen wir.
Auch Gewohntes, selbst Bewährtes und besonders unsere eigene Leistung.
Wir sind nicht nur up to date, sondern lieber einen Schritt voraus.
Bereit für Veränderungen, die wir nicht nur annehmen, sondern initiieren.
Fehler? Können passieren. Dann lernen wir daraus.



Jochen, BU Machine,
verlässt gerne mal ausgetretene Pfade.



Dirk, Business Analytics, verändert sich gerne,
unterwirft sich aber nicht jedem Trend.

Wie zeigst du
Lernfähigkeit und
Veränderungsbereitschaft?



Michael, Service Desk,
übt und übt und übt. Bis er es kann.

LERNFÄHIGKEIT UND VERÄNDERUNGSBEREITSCHAFT FORTSCHRITT BRAUCHT VERÄNDERUNG

Fortschritt braucht Veränderung. Deshalb hinterfragen wir.
Auch Gewohntes, selbst Bewährtes und besonders unsere eigene Leistung.
Wir sind nicht nur up to date, sondern lieber einen Schritt voraus.
Bereit für Veränderungen, die wir nicht nur annehmen, sondern initiieren.
Fehler? Können passieren. Dann lernen wir daraus.

Alexander, Stammkundenbetreuung,
bringt nach vielen Jahren im Ausland
Erfahrung gleich kistenweise mit.



Sandra, Leadfactory,
setzt immer noch eins drauf.



Bernd, Development,
ist gerne einen Schritt voraus.



Klaus, BU Machine Österreich,
verändert immer mal wieder
den Blickwinkel.



FREIRAUM UND UNTERNEHMERISCHES HANDELN EIN UNTERNEHMEN FÜR ALLE, DIE WAS UNTERNEHMEN

Ein Unternehmen für alle, die was unternehmen.

Die etwas bewegen und Verantwortung übernehmen. Für ihre Arbeit, fürs Team und für sich selbst.

Bei uns gibt es klare Ziele und Spielregeln. Und viel Freiraum für eigene Entscheidungen.

Noch Fragen? Für die Antworten haben wir kurze Wege und offene Türen.



Lars, Vorstandssprecher,
blickt über den Tellerrand hinaus.



Toni, Cloud & Office Application Services,
glaubt an sich und beißt sich durch – egal wie.



Wie nutzt du
Freiraum und zeigst
unternehmerisches
Handeln?



Jochen, BU Machine, nimmt die Zügel
fest in die Hand und erkundet neues Terrain.

FREIRAUM UND UNTERNEHMERISCHES HANDELN EIN UNTERNEHMEN FÜR ALLE, DIE WAS UNTERNEHMEN

Ein Unternehmen für alle, die was unternehmen.

Die etwas bewegen und Verantwortung übernehmen. Für ihre Arbeit, fürs Team und für sich selbst.

Bei uns gibt es klare Ziele und Spielregeln. Und viel Freiraum für eigene Entscheidungen.

Noch Fragen? Für die Antworten haben wir kurze Wege und offene Türen.

Sven, SAP Vertrieb SÜD, ist Unternehmer im Unternehmen und dirigiert sein Vertriebsgebiet.



Britta, Leadfactory, genießt ihre Freiheit – bis das Telefon wieder klingelt.



Sabine, BÖVAC/DCW, sorgt für ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl im Team.



Sebastian, Plattform Services, hat einen großen Antrieb: den Erfolg bereits realisierter Projekte.



KUNDENORIENTIERUNG

Erst der Kunde, dann der Kunde

KOMPETENZ UND FOKUSSIERUNG

Die Besten sind uns die Liebsten

SORGFALT UND ZUVERLÄSSIGKEIT

Erst denken, dann handeln

EHRGEIZ, WACHSTUM, NR. 1

Nach dem Wettkampf ist vor dem Wettkampf

WERTSCHÄTZUNG UND MENSCHLICHKEIT

Mensch sein

LERNFÄHIGKEIT UND VERÄNDERUNGSBEREITSCHAFT

Fortschritt braucht Veränderung

FREIRAUM UND UNTERNEHMERISCHES HANDELN

Ein Unternehmen für alle, die was unternehmen



WERTE LEBEN

Jessica weiß: Mit Herzlichkeit kommt man immer weiter.



Jessica ist im Umgang mit Kunden richtig tough.



Jessica packt in technischen Fragen ordentlich mit an.



Jessica kann manchmal ganz schön pingelig sein.



Jessica verfügt über die nötige Weitsicht.



Jessica kommt aus dem Staunen oft gar nicht mehr heraus.



Jessica profitiert von den flexiblen Arbeitszeiten.



JESSICA
DUALES STUDIUM
WIRTSCHAFTSINFORMATIK

ROSEMARIE
SAP VERTRIEB NEW

Rosemarie schwört auf eine lupenreine Vorbereitung.



Rosemarie behält immer den Überblick.



Rosemarie gibt sich nur mit dem Besten vom Besten zufrieden.



Rosemarie initiiert Veränderungen gleich selbst.



Rosemarie beißt sich überall durch.



Rosemarie schafft sich ihren eigenen Raum.



Rosemarie ist penibel bis pingelig.



**AUF EINE
ZIGARETTE MIT
LARS LANDWEHRKAMP**



LARS LANDWEHRKAMP IM GESPRÄCH MIT CHRISTIAN TRAUMANN, Geschäftsführer der MULTIVAC Sepp Haggenmüller GmbH & Co. KG, am Rande eines Kundenevents am 25. Juli 2014 in der KOUNGE von Holger Stromberg, dem Koch der deutschen Fußballnationalmannschaft, in München.

LWK: Willst du auch eine?

CT: Nein, schönen Dank. Da bin ich dir Gott sei Dank ein Stück voraus. Seit 5 Jahren glücklicher Nichtraucher.

LWK: Ach. Na dann lass dir dazu von einem glücklichen Raucher gratulieren.

CT: Jederzeit. Zumindest trinken wir das Gleiche. Schöner Weißwein übrigens. Da hat All for One Steeb nicht gespart.

LWK: Du weißt ja, für unsere Kunden ...

CT: ... ja, ja, ich weiß. Nur das Beste. Und dir das Meiste.

LWK: Das hast du jetzt gesagt.

CT: Dir ist schon bewusst, dass wir vor Jahren schon einmal gemeinsam hier bei Stromberg waren? Ich bin mir da nicht so sicher. Der Abend war lang ...

LWK: Aber natürlich kann ich mich daran erinnern! Zehn Jahre ist das her. Zehn lange Jahre – verrückt. Da haben wir uns noch gesiezt. Ich weiß noch, dass ich dich gefragt habe: „Herr Traumann, wir beide zum Reh?“ Hier hinten an der Kochstation war es. Dein Umgang mit dem Messer war überraschend gut.

CT: Im Gegensatz zu deinem. Man kann von Glück sprechen, dass der Abend unblutig endete.

LWK: Ich habe geübt. Wirst du gleich sehen. Auf jeden Fall ist es fantastisch, dass wir heute – eine ganze Dekade später – bei Stromberg wieder zusammen kochen. Das spricht für unsere lange Partnerschaft. MULTIVAC ist seit 2003 Kunde von All for One Steeb. Und nun haben wir 2014. Eine lange Zeit.

CT: Ja. Elf Jahre. Länger als so manche Ehe. Und ähnlich: manchmal zum Davonlaufen, aber in Summe doch gut.

LWK: Ja, in guten wie in schlechten Zeiten. Das trifft es schon ziemlich genau.

CT: 2005 sind wir mit euch produktiv gegangen. Seitdem hat sich unsere SAP- und IT-Welt unglaublich entwickelt. Auch dank All for One Steeb. Natürlich gibt es – wie überall – mal das ein oder andere Thema oder Problemchen. Aber wir fühlen uns als Kunde immer ernst genommen. Das ist wichtig.

LWK: Ja. Erst der Kunde, dann der Kunde.

CT: Wie bitte?

LWK: Erst der Kunde, dann der Kunde – unsere Auffassung von Kundenorientierung. Einer unserer Unternehmenswerte. Genauer gesagt: Der Wert, um den sich alles dreht.

CT: Hm. Fast schon philosophisch. Aber ja, könnte passen. Deine Leute sind schon engagiert und auf Zack. Selbst, wenn mal was nicht so läuft.

LWK: Die Besten sind uns ja auch die Liebsten. Ist übrigens der Leitgedanke eines weiteren Unternehmenswertes von All for One Steeb.

CT: Sag mal, wie viele habt Ihr denn von denen?

LWK: Och, schon ein paar. Sieben sind es. Kompetenz und Fokussierung, Sorgfalt und Zuverlässigkeit, ...

CT: Also, mit Verlaub. Das mit der Zuverlässigkeit ist bei dir ja so eine Sache. So wirklich pünktlich ...

LWK: Ich arbeite dran. Das ist ähnlich wie mit dem Messer. Du, in zehn Jahren ...

CT: Oh Gott. Bitte nicht das Messer!

LWK: Doch. Jetzt gleich. Lass uns reingehen. Fisch oder Fleisch?

CT: Besser zur Dessertstation. Da musst du nur rühren.



JOCHEN
BUSINESS UNIT MACHINE

Jochen hat für seinen Kunden
alles auf dem Radar.



Jochen ist mit seinem Rucksack an
Erfahrungen für Neues bestens gerüstet.



Jochen wirft anderen gerne die
Sicherheitsleine zu.



Jochen wägt jede wichtige
Entscheidung genau ab.



Jochen liegen seine
Kollegen am Herzen.



Jochen ist immer mit ganzem Herzen dabei –
dann passieren auch keine Fehler.



Jochen weiß: So wie er in den Wald
hineinruft, so schallt der Kunde zurück.



Alexander begegnet seinem Kunden am liebsten „face to face“.



Alexander lässt sich fachlich wie menschlich nicht in die Ecke stellen.



Alexander informiert seinen Kunden immer zuverlässig.



Alexander weiß: Ohne Ehrgeiz ist man ganz schnell weg vom Fenster!



Alexander kann sich ganz tief in seinen Kunden hineinversetzen.



Alexander und All for One Steeb schwimmen auf einer Wellenlänge.



Alexander schickt seinen Kollegen positive Gedanken.



ALEXANDER STAMMKUNDENBETREUUNG



Volker verbringt viel Zeit vor seinem „Altar“ und hält so Kontakt zum Kunden.



Volker setzt seine Visionen um.



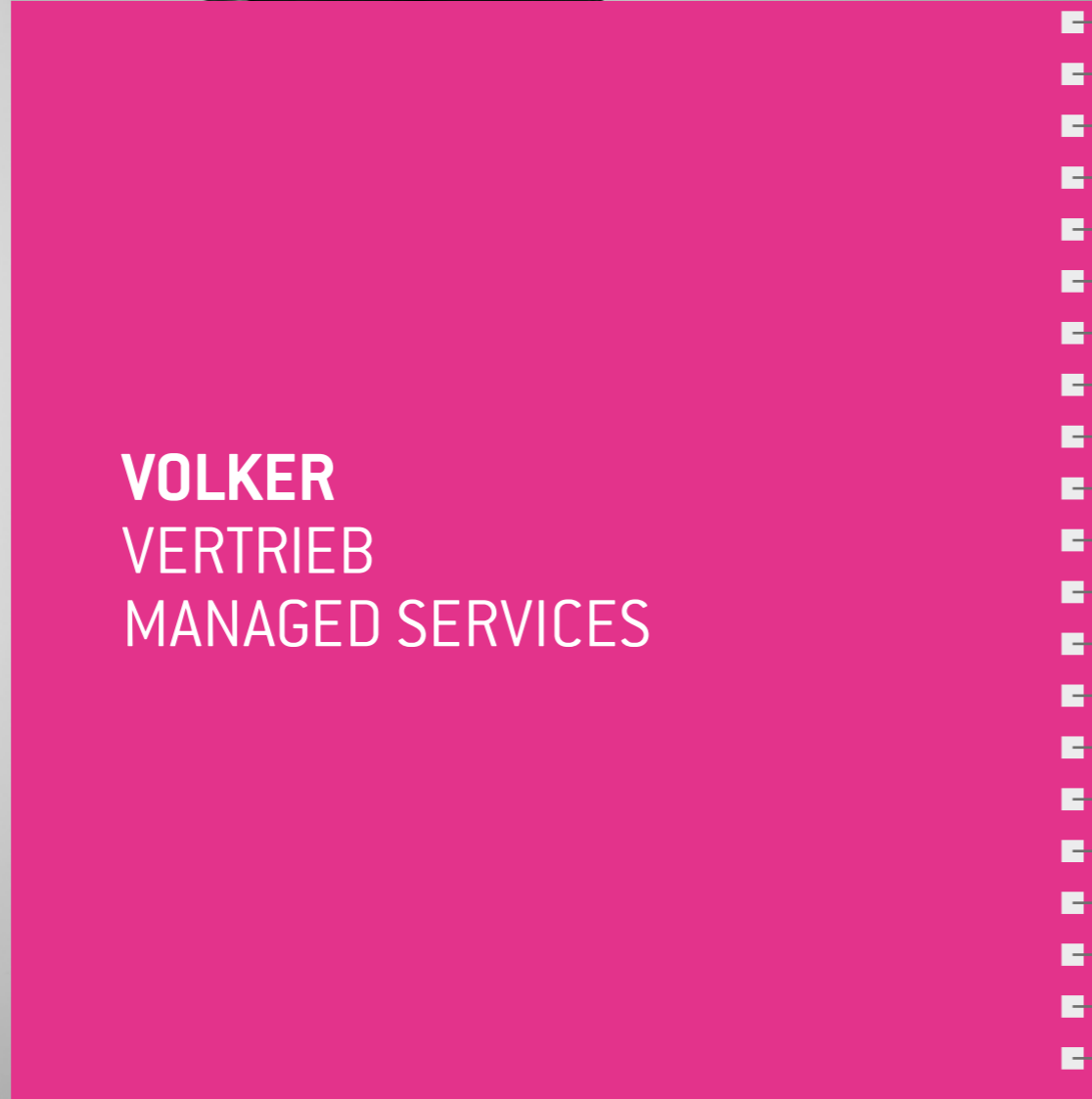
Volker kann man über Sorgfalt nichts Neues mehr erzählen.



Volker geht schon auf Startposition.



Volker greift nicht nur unter die Arme, er trägt auf Händen.



Volker meistert Herausforderungen mit links.



Volker tastet sich an seine Ziele heran.

MICHAEL
SERVICE DESK



Michael gesteht: „Ich bin „nur“ zu 98 % kundenorientiert ...“



Michael besitzt die Flexibilität von Gummi und hat Nerven wie Drahtseile.



Michael kommt bei seinen zahlreichen Aufgaben nicht ins Straucheln.

Michael bestürmen die Herausforderungen täglich von allen Seiten.



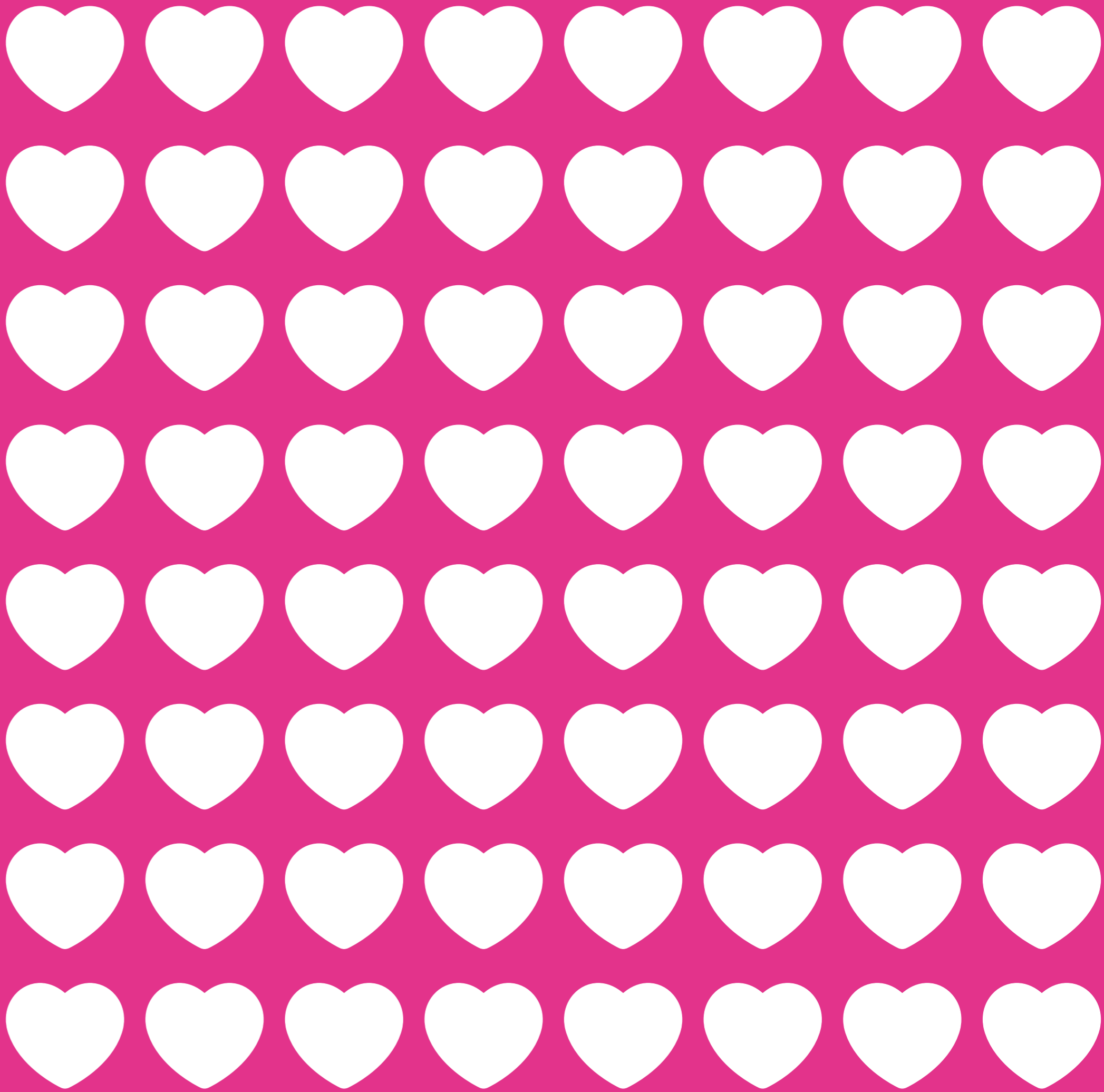
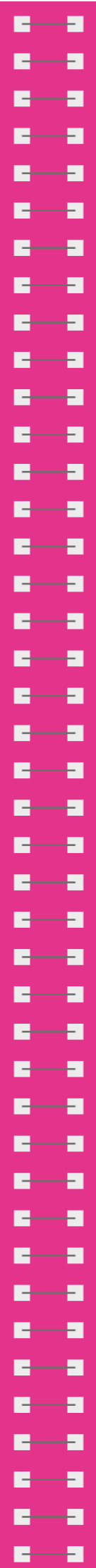
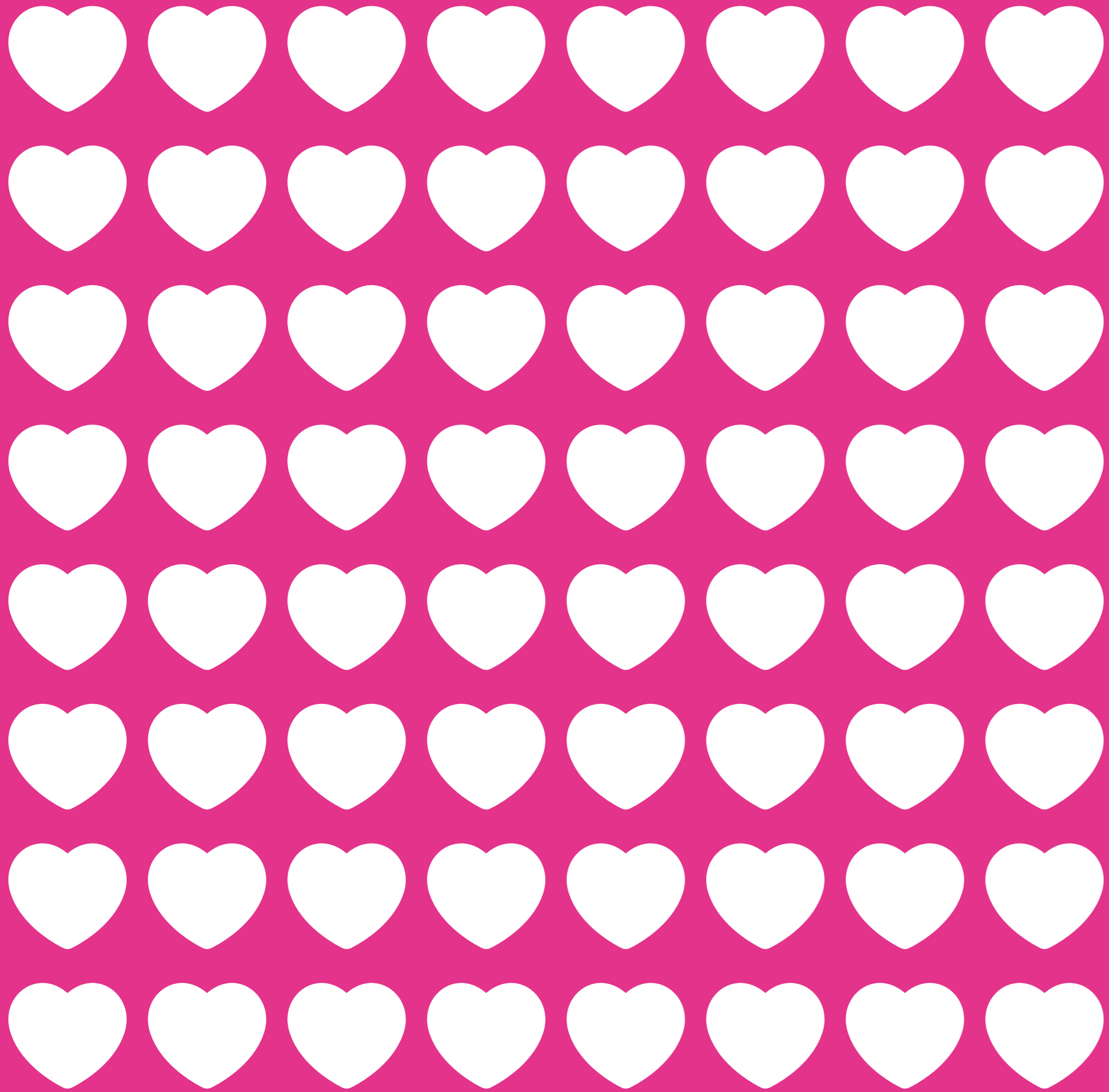
Michael geht gerne zur Hand.



Michael muss sich Raum für Sorgfalt manchmal erst erkämpfen.



Michael verabschiedet sich schon mal in die wohlverdiente Pause.



Kai informiert sich gründlich über seinen Kunden.



KAI SERVICE DESIGN

Kai bündelt seine ganze Energie auf seine persönlichen Stärken.



Kai nimmt sich Meister Yodas Tipp zu Herzen: „Viel zu lernen du noch hast.“



Kai verbeugt sich vor der Leistung seiner Kollegen.



Kai wächst täglich über sich selbst hinaus.



Kai trainiert täglich, um zu den Besten zu gehören.



Kai erbringt bei großem Freiraum tolle Leistungen.



BERND DEVELOPMENT

Bernd tritt immer selbstbewusst auf.



Bernd hat genug Freiraum, um auch mal über sich selbst lachen zu können.



Bernd denkt durchaus über das Feedback seiner Kollegen nach.



Bernd ist kontinuierlich im Training.



Bernd setzt sich für ein entspanntes Miteinander ein.



Bernd geht nicht weiter – er steigt höher.



Bernd überlegt nicht lange, sondern packt gleich mit an.



AEBI SCHMIDT . AENGEVELT IMMOBILIEN . AEROTECH PEISSENBERG . AERZENER MASCHINENFABRIK . AGRAVIS
RAIFFEISEN . AIXIGO . ALBERT-FRANKENTHAL . ALESSANDRO INTERNATIONAL . ALFMEIER PRÄZISION . ALFRED
STERNJAKOB . ALLIGATOR VENTILFABRIK . ALUPRESS . AMETRAS INFORMATIK . AMPHENOL TUCHEL . AMS
ANKER . ANSMANN . ARDEX . ASB-GRÜNLAND . ASPÖCK SYSTEMS . ATELCO COMPUTER . AUG. BOLTEN
AUG. WINKHAUS . AUNDE . AXSTONE BAHNTECHNIK . AZO . B-PROJECTS . BADER . BALLUFF . BALS ELEKTRO-
TECHNIK . BARDUSCH . BARTEC . BAUMANN FEDERN . BBS . BECHTLE . BECKER MINING SYSTEMS . BEHRINGER
BEINBAUER AUTOMOTIVE . BEKO TECHNOLOGIES . BELIMED . BENTHIN . BERENDSOHN . BERGAMONT . BERKER
BERLINER GLAS . BERTHOLD TECHNOLOGIES . BGN . BHS SONTHOFEN . BING POWER SYSTEMS . BLICKLE
RÄDER & ROLLEN . BOPP & REUTHER . BOTT . BOXMARK . BRAINLAB . BRANDL MASCHINENBAU
BRÖKELMANN + CO . BRÜCKNER GRUPPE . BÜTEMA . C.F. MAIER . CARL KÜHNE . CARL STAHL . CASINOLAND
CDP BHARAT FORGE . CHRISTIAN WINKLER . CLOOS SCHWEISSTECHNIK . COMPETENCE CALL CENTER
CONDUCTIX WAMPFLER . COPERION . CORNELIUS . COROPLAST . DEHN + SÖHNE . DEPRAG SCHULZ . DEUTSCHE
ROHSTOFF . DIAKONISCHE HEIME KÄSTORF . DIEPHAUS BETONWERK . DKF KLOZ . DORNIER . DR. SCHNEIDER
KUNSTSTOFFWERKE . DR. SCHUMACHER . DREIDOPPEL . DRK-BLUTSPENDEDIENTST WEST . DURABLE . DURST
PHOTOTECHNIK . EBZ GRUPPE . ECOLAB ENGINEERING . EDEL MUSIC . EFAFLEX . EGGERS & FRANKE . EGON
GROSSHAUS . EISENMANN . ELMOS . EMUGE-WERK . ENGESER . EPRIMO . ERCO LEUCHTEN . ERHARD . ERHARDT
+ LEIMER . ERICH JAEGER . ERNI PRODUCTION . ERPO MÖBELWERK . ESRI GEOINFORMATIK . ETO MAGNETIC
EUROPART . EUROPOLES . EXCEET CARD . FAULHABER GROUP . FELSOMAT . FEMEG . FERROSTAAL AUTOMOTIVE
FFG FLENSBURGER FAHRZEUGBAU . FLSMIDTH PFISTER . FLYERALARM . FRAMO FRANZ MORAT . FRANKE
WASHROOM SYSTEMS . FRANKFURTER BRAUHAUS . FRANZ BINDER . FRISÖR KLIER . FRÖLING . GEBR. BECKER
GEBR. KEMMERICH . GEBR. SANDERS . GEIGER AUTOMOTIVE . GEMEINNÜTZIGE WERKSTÄTTEN UND
WOHNSTÄTTEN . GENESIS . GERD BÄR . GERD RODERMUND . GERHARD SCHUBERT . GERRESHEIMER
REGENSBURG . GESIPA . GESTAMP GRIWE . GETRIEBEBAU NORD . GIENANTH . GIS GESELLSCHAFT FÜR
INTEGRIERTE SYSTEMPLANUNG . GIZEH . GOTTFRIED FRIEDRICHS . GRADIENT. SYSTEMINTEGRATION . GROB
AIRCRAFT . GROB-WERKE . GUSTAV ALBERTS . GUSTAV WAHLER . HAGO FEINWERKTECHNIK . HAHL FILAMENTS
HANS KOLB WELLPAPPE . HATEC . HECKLER . HEINTZ VAN LANDEWYCK . HELAG-ELECTRONIC . HELLA
HELLERMANN TYTON . HELUKABEL . HENGSTENBERG . HERMETIC PUMPEN . HERMLE . HOLTkamp . HONASCO
HOREX . HÖRMANN AUTOMOTIVE GUSTAVSBURG . HÖRMANN AUTOMOTIVE PENZBERG . HORSCH . HUBER
PACKAGING GROUP . HUBERT STÜKEN . HÜLSKENS . HUYCK WANGNER . HYDRO SYSTEMS . IFA ROTORION . IGIP
IKA-WERKE . ILLIG MASCHINENBAU . IMS GEAR . INTERSPORT DEUTSCHLAND . ISG INTERMED SERVICE . ISOCAL
HEIZKÜHLSYSTEME . J.WAGNER . JACQUES' WEIN-DEPOT . JOPP GROUP . KACO NEW ENERGY . KAMAX . KARL

KNAUER . KARL SPÄH . KARWENDEL-WERKE . KASSENÄRZTLICHE VEREINIGUNG BAYERNS . KDK AUTOMOTIVE
KERN & LIEBERS . KFH . KIEFEL . KIND & CO . KIPP . KNF NEUBERGER . KÖBO-DONGHUA . KOCH MEDIA . KRASKI
KROMBERG & SCHUBERT . KROSCHKE . KSL KEILMANN . KTM-SPORTMOTORCYCLE . KUEHLHAUS . KURTZ
LAEMPE . LAROSÉ . LESER . LEWA . LINCK . LINGL . LODESTONE MANAGEMENT . LODIT . LOHMANN & RAUSCHER
LORINSER . M-TEC . MAGNET-SCHULTZ . MANTIBURI . MAPAL . MARGARETE STEIFF . MÄRKER ZEMENT . MARTIN
LOHSE . MASA . MAX-PLANCK-GESELLSCHAFT . MEA . MEDA . MEDICAL PARK . MEKRA LANG . MEKRATRONICS
MENNEKES . MERTIK . MAXITROL . MESSE BERLIN . METABERATUNG . MHZ HACHTEL . MICHAEL WEINIG
MINERALBRUNNEN . ÜBERKINGEN-TEINACH . MITEC AUTOMOTIVE . MIWE . MMM GROUP . MONFORTS . MSR
TECHNOLOGIES . MT AEROSPACE . MULTIVAC . MURRPLASTIK . MYONIC . NEOPERL . NEUMAN & ESSER
NEURAXPHARM . NIMBUS GROUP . NORDEX . NORDSON DEUTSCHLAND . NUBIZZ . OBERAIGNER . ODENWALD
CHEMIE . OPTIMA . ORNAMIN-KUNSTSTOFFWERKE . OTTO MÄNNER . P-D GLASSEIDEN . PAUL HORN . PAUL VAHLE
PAULI & SOHN . PEKRUNGETRIEBEBAU . PESTER PAC . PETER KÖLLN . PFISTERER . PHV . PLAYMOBIL . PLURADENT
POLYTEC COMPOSITES . POND SECURITY . PRÜFTECHNIK . PWO . R. STAHL . RADEMACHER . RAIL.ONE . RAPIDO
MED . RATIONAL . REBHAN . REFORM-WERKE . REHM THERMAL SYSTEMS . REIFENHÄUSER . REMIS . RENZ
RESOPAL . RINGSPANN . RITTERWERK . ROBATHERM . ROBERT SEUFFER . RÖHM . ROTHENBERGER . RUD GRUPPE
RUDOLF OSTERMANN . RZB RUDOLF ZIMMERMANN . S+S SEPARATION AND SORTING TECHNOLOGY . S&V CONSULT
SAF HOLLAND . SCHATTDECOR . SCHEUERLE FAHRZEUGFABRIK . SCHEUERMANN + HEILIG . SCHLEICHER
ELECTRONIC . SCHLEIFRING UND APPARATEBAU . SCHLETTNER . SCHUFA . SCHÜRHOLZ STANZTECHNIK
SCHWÄBISCHER VERLAG . SCHWARZ CRANZ . SCHWARZ TECH . SCHWING STETTER . SCS DEUTSCHLAND . SEIDEL
ELEKTRONIK . SEMIKRON . SETON LEDERFABRIK . SEVERIN . SGF . SHIMADZU . SILESIA . SKYTRON ENERGY . SOLARLUX
SOLO KLEINMOTOREN . SONA . SORTIMO . STADTWERKE FLENSBURG . STEEL AUTOMOTIVE . STEPHAN SCHMIDT
STRYKER . STULZ . SÜDWESTDEUTSCHE SALZWERKE . SUSPA . SUZUKI INTERNATIONAL EUROPE . SWISSLOG
TAKASAGO EUROPE . TECE . TECHNICAL PLASTIC SYSTEMS . TECHNIDATA IT-SERVICE . TECHNOTRANS . TELEGATE
TOX PRESSOTECHNIK . TROCELLEN . TROST AUTO SERVICE TECHNIK SE . TSG TANKSTELLEN-SUPPORT . TSI . TÜRK
& HILLINGER . UHU . UNDERBERG . UNIFY . UNIPLAST KNAUER . VEGA GRIESHABER . VEREINIGTE PAPIERWAREN-
FABRIKEN . VESTOLIT . VILLIGER SÖHNE . VITA ZAHNFABRIK . VOLLMER WERKE . WALDRICH COBURG . WALTER
SÖHNER . WANNSEE-SCHULE . WAREMA RENKHOFF . WASH TEC . WEBER MASCHINENBAU . WEBER-HYDRAULIK
WEGMANN AUTOMOTIVE . WENGLOR SENSORIC . WENKO-WENSELAAR . WERMA SIGNALTECHNIK . WERZALIT
WETHJE KUNSTSTOFFTECHNIK . WGL WESTDEUTSCHE GETRÄNKELOGISTIK . WILHELM GRONBACH . WILLIAM
PRYM . WINKELS GETRÄNKE LOGISTIK . WINTERSTEIGER . WITTENSTEIN . WMD VERTRIEB . WMU WESER METALL
UMFORMTECHNIK . WÖRWAG PHARMA . WP PERFORMANCE SYSTEMS . YAZAKI EUROPE . ZOLLERN GRUPPE

SABINE
BOVAC/DCW



Sabine achtet für ihren Kunden auf jedes Detail.



Sabine behält die soziale Verantwortung des Unternehmens stets im Blick.



Sabine arbeitet bereits seit 1985 mit Herzblut für ihre Kunden.

Sabine empfängt jeden Gesprächspartner mit sorgsam zurechtgelegten Argumenten.



Sabine öffnet sich für Neuerungen im Produktbereich.



Sabine ist bereit, auch mal in neue Rollen zu schlüpfen.



Sabine kann sich auch mal zurückziehen.



Klaus prescht für seinen Kunden vorwärts.



Klaus repräsentiert ein starkes Ganzes.



Klaus ist mit den Gedanken schon wieder beim nächsten Termin.



Klaus ändert vieles – aber nie die Richtung.



Klaus begegnet anderen auf Augenhöhe.



Klaus weiß, dass der Wert einer netten Geste nicht zu bemessen ist.



Klaus schenkt seinen Kollegen vollstes Vertrauen.



KLAUS
BUSINESS UNIT MACHINE
ÖSTERREICH



QINTEX

CC, AET, LG, 1.8, KG
MAY 1998 20.12.2022 OKM

JOX 00000

Made in G

DIE UNTERNEHMENSWERTE VERSCHWINDEN BEI ALL FOR ONE STEEB NICHT IN DER SCHUBLADE, WEIL...

Andy Caspart, Business Unit Machine

» ... wir die Werte in vielen Bereichen **schon lange leben und vorleben** – und wir als Berater mit mobilem Office übrigens gar keine Schubladen haben. »

Nina Nobilis, SAP Technology

» ... die Unternehmenswerte auch nicht aus der Schublade kommen bzw. aus dem Hut gezaubert wurden, sondern **aus dem täglichen Miteinander entstanden** sind. »

Patrick Lenich, Innovations

» ... ein See, Berge und Bäume auch nicht verschwinden, nur weil man sie auf ein Blatt Papier malt und als Bild in einer Kunstaussstellung zeigt. Unsere Unternehmenswerte sind präsent – umso mehr, wenn wir sie nun auch visualisiert vorliegen haben. Statt „Leben wir in einer tollen Landschaft“ beim Anblick eines Bildes können wir beim Lesen der Werte stolz sagen: **„Arbeiten wir in einem tollen Unternehmen“**. »

Michael Ruf, Development

» ... bei All for One Steeb Mitarbeiter und Führungskräfte **an einem Strang ziehen**. Um uns gemeinsam weiterzuentwickeln, sind das die besten Voraussetzungen. »

Rainer Schiel, Business Unit Machine

» ... weil wir eine Unternehmenskultur haben, von denen Andere nur träumen können. Das fängt schon beim „Du“ an und zeigt sich jeden Tag in der **Art und Weise wie wir miteinander umgehen**. Es bleibt eben nicht nur bei einer schönen Absichtserklärung, sondern ist Realität! »

Lars Landwehrkamp, Vorstand

» ... wir andere mit unserer „kultigen“ Art schon oft begeistern konnten! Warum sollen wir es nicht schaffen, weiterhin – und jetzt nur bewusster – werteorientiert zu handeln und uns gemeinsam weiterzuentwickeln? Was wir bis dato intuitiv gemacht haben, kann nun **ganz gezielt zum Einsatz kommen**. In meiner Schublade wäre übrigens eh kein Platz – Sorgfalt ist nicht gerade mein favourite value. »

Henning Sander, Vertrieb

» ... wir nun mal **All for One Steeb** sind. »

Steffi Seeger, Personaladministration

» ... ich als Mutter aus Erfahrung weiß, **dass Vorleben die einzig richtige Methode ist**. Wenn wir das schaffen, dann sind unsere Werte auch im Unternehmen präsent. »

Anja Schalk, Marketing

» ... die Jungs und Mädels beim Fotoshooting so was von kreativ waren! Wie Sven Kalinowski zum Thema Sorgfalt einfach nur abwinkt – köstlich. Und wenn Dirk Oberpaur dann auch noch seine Hosen runter lässt? Wer sollte die Werte da noch vergessen? Das ist **bildgestützte Kommunikation wie aus dem Lehrbuch**. »

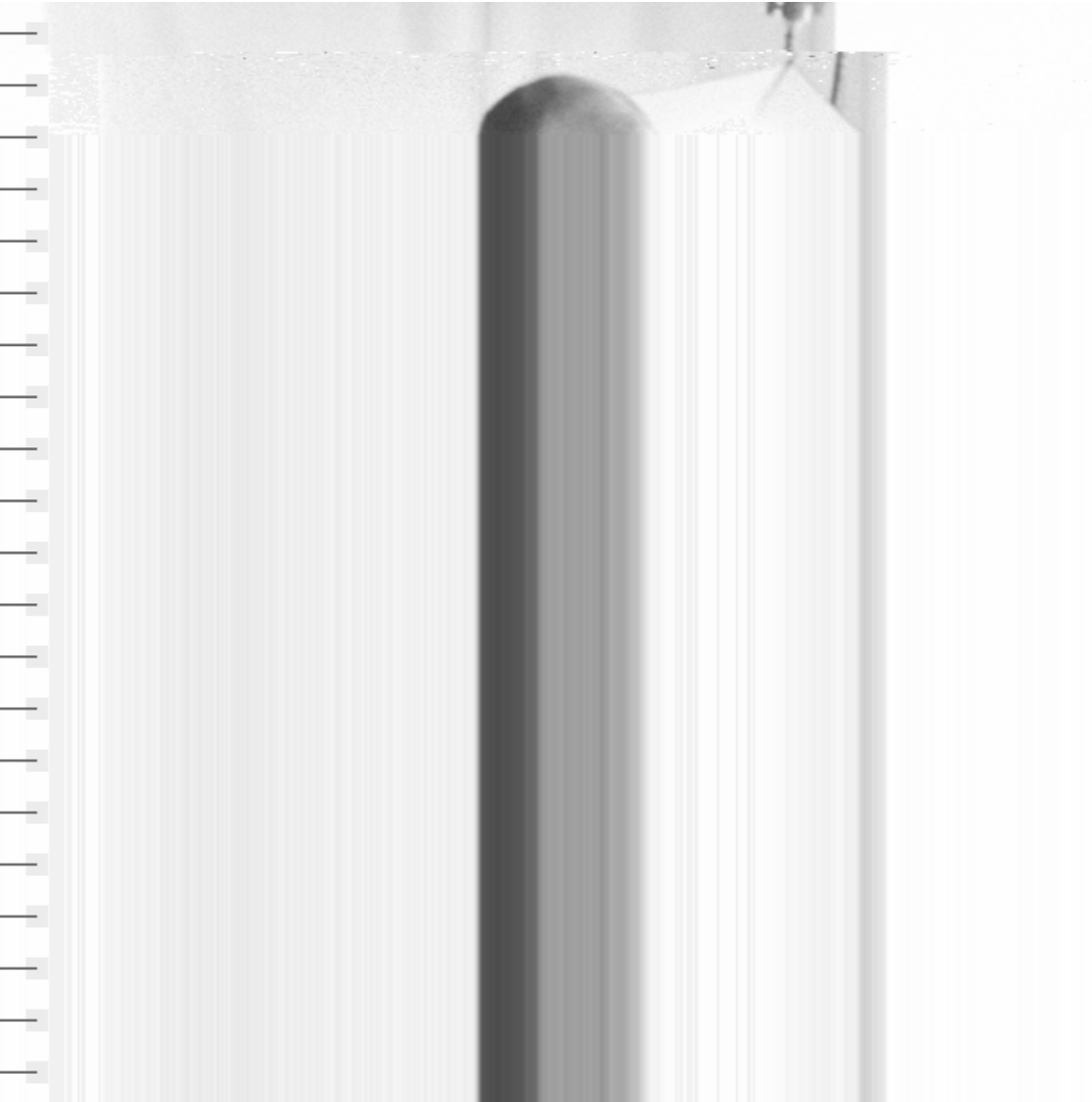
Claudia Abele, Personalmanagement

» ... es immer richtig ist, Dinge transparent zu machen und Farbe zu bekennen. Damit schaffen wir **Orientierung und Verbindlichkeit**. Wenn die Werte in unseren Köpfen und Herzen angekommen sind, können sie ruhig wieder in der Schublade verschwinden. »





**KULTUR IST
WAS DU
DARAUS MACHST**



IMPRESSUM

All for One Steeb AG
Gottlieb-Manz-Straße 1
70794 Filderstadt-Bernhausen
Tel. +49 (0) 711 788 07-0
Fax +49 (0) 711 788 07-699
www.all-for-one.com

Haben Sie Fragen, Wünsche oder Anregungen rund um unsere Unternehmenswerte?
Wir freuen uns über Ihre E-Mail an value@all-for-one.com.

