



Kommunikation perfektioniert

Das Management von LOEWE erstellt zusammen mit bluecue Präferenzprofile und optimiert so die Zusammenarbeit

Bei dem Logistikdienstleister LOEWE Logistics & Care GmbH ist der Name Programm. Die Herforder haben sich vor allem eines auf die Fahne geschrieben: eine exzellente Kundenbetreuung. Essenziell dafür ist eine hervorragende Kommunikation – in allen Bereichen. Um diese noch weiter zu verbessern, hat das fünfköpfige Management-Team zusammen mit der bluecue consulting GmbH & Co. KG sog. Präferenzprofile von sich selbst erstellen lassen.

„Manchmal sitzen wir in unseren Management-Runden zusammen und ich habe das Gefühl, einer sagt etwas und vier Leute verstehen etwas anderes“, sagt Kerstin Liefing lachend. „Diese unterschiedlichen Blickwinkel sind natürlich wichtig für ein gut funktionierendes und ausgewogenes Management. Es kann hin und wieder aber auch zu Frust führen, wenn jemand denkt, einfach nicht verstanden zu werden.“

Liefing ist Geschäftsführerin der LOEWE Logistics & Care GmbH aus Herford. Das Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen und beschäftigt mittlerweile rund 180 Mitarbeiter. Ihr eigener Arbeitsalltag bestehe im Wesentlichen aus der Kommunikation mit ihren Mitarbeitern und verschiedensten Kunden, da sie auch den Vertrieb verantwortet, erzählt sie. Als sie von den Insights Discovery Präferenzprofilen hörte, stand sie dem Konzept direkt offen gegenüber: „Ich dachte, es könnte wirklich gut sein, einmal etwas über sich selbst zu erfahren. Zu sehen, welche Wirkung man auf andere hat und zu lernen wie meine Kollegen ‚ticken‘.“

Einfaches Konzept. Große Wirkung.

Tatsächlich ermöglichen die Präferenzprofile genau das: Anhand eines Online-Evaluators werden die eigenen Präferenzen gemessen und in einem 20 bis 40-seitigen persönlichen Report zusammengefasst. Im Report enthalten sind zudem wertvolle Hinweise auf die eigenen Stärken und Schwächen sowie zur persönlichen Weiterentwicklung.

Das Konzept basiert auf der Typologielehre des Schweizer Psychologen Carl Gustav Jung und nutzt ein Vier-Farbenenergie-Modell, um die individuellen Präferenzen zu erklären. Je nach Vorlieben ist man entweder ein eher roter, gelber, grüner oder blauer Typ. Jeder Farbe sind dabei verschiedenste Charakteristika wie dominant, unterhaltsam, vorsichtig oder mitfühlend zugeordnet. Wichtig ist aber, dass keine Wertung der Typen

stattfindet, es also kein „besser“ oder „schlechter“ gibt. Es geht vielmehr darum, die eigene Persönlichkeit besser zu verstehen und Sozialkompetenz weiterzuentwickeln, die Kommunikationsfähigkeit auszubauen und die Erkenntnisse zu nutzen, um bessere persönliche und geschäftliche Beziehungen aufzubauen.

„Es war erschreckend, wie zutreffend mein Profil war und wie sehr ich mich darin wiedergefunden habe“, gibt Liefing zu. Eine Beobachtung, die Inga Knoche häufig macht. Sie ist akkreditierte Insights Discovery Practitioner bei bluecue und hat das Management-Team von LOEWE auf den Umgang mit den Profilen vorbereitet.

„Grundsätzlich kann ich das Anfertigen eines solchen Profils jedem empfehlen, da es für jeden spannend ist, etwas über sich selbst zu erfahren“, sagt sie. „Für Unternehmen sind diese Profile – und vor allem das Arbeiten mit ihnen – aber gerade deshalb so nützlich, weil sie die Zusammenarbeit erleichtern und Missverständnisse reduzieren können.“

Buntes Team

Im LOEWE Management sind die unterschiedlichsten Typen präsent, so das Ergebnis des Online-Evaluators. Aber was bedeutet diese Erkenntnis nun für die gemeinsame Arbeit?

„Ich habe direkt gemerkt, dass wir bestimmte Situationen nicht mehr so verbissen sehen, sondern mit Humor“, erklärt Liefing. „Die Teamkollegen haben untereinander ein größeres Verständnis füreinander gewonnen.“ Sie würden auch besser erkennen, was dem anderen schwerfalle und Kraft koste und was wiederum leicht von der Hand gehe.

Neben dem größeren Verständnis untereinander sei das Werkzeug auch für das Thema Teambuilding interessant, denn mit solchen Präferenzprofilen „kann man die Teams natürlich viel

„Mit den Präferenzprofilen können wir unsere Kommunikation weiter professionalisieren – intern wie extern. Sie helfen uns, die eigene Wirkung auf andere besser reflektieren zu können und liefern gleichzeitig Ansätze für eine zielführende Kommunikation mit unterschiedlichen Gesprächstypen.“

Kerstin Liefing, Geschäftsführerin, LOEWE Logistics & Care GmbH



besser zusammenstellen und je nach Situation ausgewogen mischen“, findet sie. „Ich selbst bin ja eher ein Typ ‚fast forward‘. Da nehme ich mir für manche Termine gern jemand ruhiges mit ins Team.“

Spannung und Begeisterung

Das Management-Team stand einer solchen Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit von Anfang an sehr aufgeschlossen gegenüber. Die fünf waren gespannt zu sehen, inwiefern ein solches Profil in Kombination mit dem dazugehörigen Workshop die Kommunikation im Unternehmen nachhaltig optimieren kann.

Bei der Insights Discovery Methode wird der Online-Evaluator zur Erstellung der Profile von den Teilnehmern allein ausgefüllt. Das Profil erhalten sie jedoch grundsätzlich von einem erfahrenen Berater im Rahmen eines Workshops. Nur so kann sichergestellt werden, dass sie später auch konstruktiv damit arbeiten können.

„Der Workshop war wirklich sehr gut“, resümiert Liefing. „Frau Knoche hat es geschafft, dass wir alle den Inhalten mit Spannung gefolgt sind. Außerdem bestand die ganze Zeit ein hoher Praxisbezug. Das kam sehr gut an.“

Potenziale erkennen und nutzen

Doch nicht nur für die interne Zusammenarbeit seien die Erkenntnisse der Profile hilfreich. „Auch für die Kommunikation mit unseren Kunden habe ich ganz viel über mich und meine Wirkung

auf andere erfahren. Ich kenne meine Stärken und Schwächen besser und kann mir für die nächsten Gespräche jemanden an meine Seite holen, der mich gut ergänzt,“ so Liefing.

Die Geschäftsführerin wünscht sich, dass sich ihre Managementkollegen in den nächsten Wochen intensiv mit den Profilen beschäftigen. Das sei wichtig, um herauszufinden „wie die anderen ticken und damit wir richtig damit arbeiten können“.

Das ist der richtige Ansatz, weiß bluecue-Expertin Knoche: „Das Management-Team von LOEWE kann die gewonnenen Erkenntnisse nun Schritt für Schritt in den eigenen Führungsstil einfließen lassen und so beispielsweise viel gezielter motivieren oder gefühlten Stress bei den Mitarbeitern besser identifizieren und minimieren.“ Zudem kann die Arbeit mit Präferenzprofilen nach und nach weiteren Ebenen im Unternehmen zugänglich gemacht werden. „Dadurch kann ein solches Konzept vom Management ausgehend ins ganze Unternehmen getragen und in der Unternehmenskultur verankert werden“, beschreibt Knoche einen möglichen Ausblick.

Für LOEWE passte das Projekt optimal ins eigene Leitbild. Schließlich setzen die Herforder Logistikexperten auf optimale Verständigung in allen Bereichen. „Wir sind sehr gut darin, unsere Kunden zu verstehen“, gibt sich Liefing selbstsicher. „Ich glaube, wir konnten das durch dieses Projekt weiter professionalisieren und haben nun intern einfach noch mehr Möglichkeiten, die Kommunikation zu verbessern.“



Distributions- und Speziallogistik in Deutschland und für die ganze Welt – mit diesem Leistungsspektrum macht sich LOEWE Logistics & Care seit über zwanzig Jahren erfolgreich einen Namen in einer Branche, in der es auf Präzision, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung ankommt. Ein kompetentes und hochmotiviertes Team, das an einem modernen und verkehrsgünstigen Standort tätig ist, sorgt jeden Tag dafür, dass unser Unternehmen zu den renommiertesten Distributions- und Speziallogistikern Deutschlands zählt.

LOEWE Logistics & Care GmbH

Röntgenstr. 17
32052 Herford
Telefon: +49 5221 28 45-0
info@loewe-logistics.de
www.loewe-logistics.de



bluecue entwickelt individuelle digitale Strategien, um die Prozesse, die Teamarbeit und die Wertschöpfung in Unternehmen zukunftsfähig zu gestalten. Moderne Kommunikation, datengestütztes Management und digitale Kompetenzen dienen dazu, für anspruchsvolle Kunden aus der gesamten DACH-Region ein erfolgreiches System der Arbeit für Unternehmen im Zeitalter der Digitalisierung zu entwerfen.

bluecue consulting GmbH & Co. KG

August-Schroeder-Straße 4
33602 Bielefeld
Telefon: +49 521 9227 9800
info@bluecue.de
www.bluecue.de



BLUECUE DIGITAL STRATEGIES. EXCEEDING YOUR EXPECTATIONS.

