

beelines – a magazine by beeline GmbH
No. 8 · 04/2014 · DE

beelines

your magazine.

your company.

CHANGES
NEWS
*Fashion
Trends 2014*

Unsere Kultur ist einzigartig! Sie ist die Seele von beeline und die DNA unseres Erfolgs. Unsere Kultur wird von Werten getragen, an denen wir unser Denken und Handeln ausrichten.

THE BIG FIVE!

DIE BEELINE-WERTE IM FOKUS

Unsere Werte sind ein wesentlicher Bestandteil unseres Erfolges. Gerade in unserem immer globaler werdenden Aktionsradius geben sie jedem von uns wichtige Orientierung und sind darüber hinaus ein wichtiges Versprechen an unsere Businesspartner. Bereits seit fünf Jahren

begleiten uns diese sechs Wertepaare: Qualität & Service, Fairness & Kooperation, Transparenz & Offenheit, Leistung & Verantwortungsbewusstsein, Leidenschaft & Vielfalt, Zukunft & Erfolg.



Uli & Frank Beckmann

„Wir sind nicht perfekt und machen auch nicht immer alles richtig. Aber unsere Werte sind unsere Überzeugung, das woran wir glauben und was wir anstreben“, erklärten uns Uli und Frank im Interview.

Zugegeben, den meisten von uns fällt es spontan schwer, alle zwölf Werte lückenlos zu nennen, aber wir leben sie! Sie sind die Grundlage unserer ganz eigenen Kultur. Einer Kultur, die uns und unsere Partnerschaften seit Jahren trägt.

Aber sind diese zwölf Werte in Stein gemeißelt? Auch wenn Grundwerte sicherlich unveränderlich sind, so kann sich doch die Gewichtung im Laufe der Jahre verändern. „Wir haben gemeinsam viel bewältigt, sind gewachsen, gereift wie ein guter Wein und markanter geworden. Es wird Zeit, die Charakterecken, die sich herausgebildet haben, stärker zu würdigen – die Werte insgesamt zu verdichten und für alle klarer auf den Punkt zu bringen“, fand Uli. „Auch die Resonanz aus dem Führungskräfte-Workshop „bee-a-leader“ war, dass man sich hinsichtlich der Führungswerte stärker fokussieren wollte“, so Frank. Also haben sich die Managing Directors mit Birgit und Oliver Winter (externe Berater) intensiver mit der Reduktion der Wertepaare auseinandergesetzt und die klare Essenz unserer beeline-Kultur herausgearbeitet: Leidenschaft, Verantwortung, Transparenz, Qualität und Teamspirit. Dies sind die Big Five, die unser Handeln nach innen und unsere Wirkung nach außen am deutlichsten geprägt haben und auch zukünftig prägen sollten. An ihnen wollen wir uns messen und orientieren.

„Sie sind nicht neu, sondern lediglich auf das Wesentliche reduziert“, betont Frank deutlich. „Und das ist das Schöne an unserer beeline-Kultur, sie wurde eben nicht am Reißbrett entwickelt! Denn Werte kann man nicht vorschreiben. Sie kommen tatsächlich von innen heraus, und das macht sie so stark. Leben wir sie – gemeinsam!“

LEIDENSCHAFT

Leidenschaft ist unser Leistungsmotor! Wir lieben unser Business, und wir lieben Fashion. Jeder Einzelne investiert sein ganzes Herzblut in seine Arbeit, um Dinge voranzubringen. Mit Leidenschaft ergreifen wir die Initiative und beweisen im Alltag immer wieder Kreativität, Aufgeschlossenheit und Unternehmertum.

VERANTWORTUNG

Wir beeliner übernehmen Verantwortung – für unseren Arbeitsbereich, für unser Handeln, für unsere Produkte und für unsere Mitarbeiter. Unsere Entscheidungen treffen wir unter den Aspekten der Nachhaltigkeit und der sozialen Verantwortung. Wir handeln und denken zielorientiert und kostenbewusst.

TRANSPARENZ

Wir streben nach einem freien Austausch untereinander und an allen relevanten Schnittstellen und ermöglichen leichten Zugang zu benötigten Informationen. Dabei verhalten wir uns authentisch, teilen Informationen und leben eine offene und direkte Kommunikation.

QUALITÄT

Jeder beeliner gibt 100 Prozent. Tag für Tag. Im Zentrum unseres Handelns und unseres ständigen Strebens nach Verbesserung steht die langfristige Zufriedenheit unserer Kunden und Partner. Auch intern, gegenüber unseren Mitarbeitern und Kollegen, werden wir diesem Anspruch gerecht.

TEAMGEIST

Jeder Mitarbeiter ist Teil unserer beeline-Familie. Wir stehen für einander ein und gleichen die Schwächen der anderen aus. Gemeinsam schaffen wir ein Arbeitsumfeld, das auf Respekt, Fairness, Vertrauen, Erreichbarkeit und Partnerschaft basiert.