



## Best Practice: Brand & Culture



### FUTURE PEOPLE LEISTUNG

Begeisterung von über 500 Mitarbeitern aus mehr als 20 Ländern für ein gemeinsames Werte- und Markenverständnis und Stärkung der EMEA-weiten Zusammenarbeit.

### DIE HERAUSFORDERUNG



Ein führender Anbieter von Premiumartikeln im Bereich Freizeit & Lifestyle entscheidet, künftig übergreifende Leistungsbereiche aus einer neu gegründeten EMEA-Zentrale zu steuern. In der Folge übertragen über 20 Länder wichtige Kern-Kompetenzen an das Headoffice. Eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung der Länder sowohl untereinander als auch mit der Zentrale stellt das Management und die 500 Mitarbeiter vor eine große Herausforderung.

#### Das sind die Themen:

- Wie bereiten wir die Mitarbeiter auf die Umwälzungen in der Organisation vor?
- Wie schaffen wir es, dass alle Mitarbeiter erfolgreich Kurs halten und nicht verunsichert werden?
- Wie motivieren wir Mitarbeiter, neue Arbeitsweisen kennenzulernen und anzuwenden?
- Wie nehmen wir jeden einzelnen Mitarbeiter mit und schaffen ihm Gehör für Anregungen und Kritik und den aktiven Austausch?



### UNSERE LÖSUNG

Future People konzipierte und moderiert regelmäßig 2-tägige »Brand & Culture« Workshops im EMEA-Headquarter. Zu jedem Workshop werden 25 Mitarbeiter eingeladen. Wichtig: es wird auf einen Mix der Länder, Hierarchien, Rookies und langjährige Mitarbeiter gesetzt. In zwei intensiven Tagen mit einem interaktiven Format wird der Austausch und die Zusammenarbeit gefördert. Kernthemen sind: Wo kommen wir her? Wo stehen wir heute? Wo gehen wir hin? Für was steht unsere Marke? Welche Werte leben wir? Wie zeigt sich das im Arbeitsalltag? Warum begeistern unsere Produkte die Kunden? Jeder Workshop zeigt, wie unterschiedlich Mitarbeiter das Unternehmen wahrnehmen. Nach zwei Tagen haben sich die Teilnehmer gemeinsam ein einheitliches Bild von der Organisation erarbeitet und die Zusammenarbeit bereits begonnen.



### KUNDENSTIMMEN

„Der Brand & Culture Workshop ist zu einem Selbstläufer geworden und wird aktiv aus den Ländern angefragt. Diese zwei Tage bauen Brücken zwischen Mitarbeitern und Ländern, bringen Markenbotschafter hervor und schaffen wichtige Transparenz in der Neuorganisation.“

HR, Direktor / EMEA