



Der Handel als Marke

BUDNIKOWSKY, eine Hamburger Institution

26.10.07

ZMM-Markentagung

Cord Wöhlke

BUDNI: eine Hamburger Institution gestern – heute – morgen



„Alles Gute, was geschieht,
setzt das nächste in Bewegung.“

Johann Wolfgang von Goethe

Der Kaufmann, dessen Wort und Handschlag gelten, hat schon immer Kunden und Mitarbeiter in den Mittelpunkt gestellt.

- Er denkt und handelt langfristig, nicht selten über Generationen hinweg.
- Er engagiert sich für das Gemeinwesen, ohne dafür besondere Anerkennung zu beanspruchen.
- Im Zweifel ist ihm die Firma wichtiger als die eigene Person.

Leitbild – für eine an Werten orientierte Unternehmensführung

„Je innovativer wir im Miteinander sind,
desto besser werden die Arbeitsergebnisse jedes
Einzelnen
und um so erfolgreicher werden wir im Wettbewerb
bestehen.“

Götz W. Werner

Was ist das erfolgreichste „Unternehmen“?

- Produkt: - Platz im Paradies
- Kunden: - über 1. Milliarde Menschen
- Filialen: - Millionen Kirchen, Klöster
- Mitarbeiter: - über 10 Millionen
- Umsatz: - unbekannt
- Vermögen: - mehr als Microsoft
- Unternehmensalter: - ca. 2000 Jahre
- Name des Unternehmens: - Katholische Kirche

Was hat ein erfolgreiches Unternehmen?

- **Vision** - Handele stets so, dass Du in Dein eigenes und in fremdes Leben mehr Licht bringen kannst.
- **Charisma** - Führung mit Vorbildfunktion
- **Feind** - Wettbewerb
- **Aura** - Wir sind die Besten
- **Mythos** - 95 Jahre Geschichte
- **Mission** –
Ziele und Strategien:
 - Preisüberlegenheit
 - Sortimentsüberlegenheit
 - Serviceüberlegenheit
- **Kodex** - BUDNI-Leitlinie
- **Symbole** - Die Marke BUDNI
- **Rituale** - Auszeichnungen und Veranstaltungen



Erfolgreiche Unternehmen brauchen Visionen und die Weiterentwicklung von Traditionen

Die Unternehmensvision des Gründers, beeinflusst durch
Gottlieb Duttweiler, war:

„Der Preis als soziale Tat.“



Erfolgreiche Unternehmen brauchen Visionen und die Weiterentwicklung von Traditionen

BUDNI sagt und lebt:

**„Der Mensch steht im Mittelpunkt
unserer Arbeit.“**



Erfolgreiche Unternehmen brauchen Visionen und die Weiterentwicklung von Traditionen



„Der Mensch
steht im Mittelpunkt unserer Arbeit.“

Basis dafür ist Vertrauen.

Vertrauen ist die effektivste Form der
Betriebswirtschaft, denn sie braucht wenig
Kontrollen und reduziert Komplexität.

Die Botschaft fürs Management –
Langfristig Wettbewerbsvorteile generieren durch
gemeinsame Visionen und Individualität – zum
Wohle der Menschen.

Funktionierende Unternehmenskultur braucht
einen „langen Atem“. Denn jeder Mensch ist
einzigartig und damit auch das Unternehmen.

Ohne zufriedene Mitarbeiter, keine zufriedenen Kunden – überzeugen durch kontinuierliche und konsequente Unternehmenspolitik:

- Führung mit sozialer Kompetenz und Vorbildfunktion
- Intakte soziale Strukturen schaffen
- **Ein umfangreiches Schulungsprogramm**
- Anerkennung und Beachtung
- **Pflege des persönlichen Kontaktes zwischen Mitarbeitern und Unternehmerfamilie**
- Soziale Verantwortung gegenüber:
 - den Kunden, den Mitarbeitern,
 - der Gesellschaft (BUDNIANER HILFE e. V.)

Familienfreundliche Unternehmenspolitik wird honoriert:



Ehrenamtliches, gesellschaftliches Engagement wird honoriert:





Diese Maßnahmen erzeugen einen Geist im Unternehmen, dass die Mitarbeiter zu **Mit**unternehmern werden.

Nach dem Motto – Erfolg mit Menschlichkeit verbinden.

Der Traum vom menschlichen Unternehmen oder wir leben und arbeiten für andere, für unsere Mitarbeiter und Kunden.

= BUDNI – Familie und Leistungsgemeinschaft.

Unternehmensziele – für die Gemeinschaft

- **Preisüberlegenheit,**
durch sparsameres Wirtschaften zu erreichen.
- **Sortimentsüberlegenheit,**
durch die Überlegung, was ist gut für Mensch und Erde;
und wie können wir uns vom Wettbewerb unterscheiden.
- **Serviceüberlegenheit,**
durch eine bessere Aus- und Weiterbildung und durch
eine Unternehmenskultur, die sich weiter entwickelt.



Der Mensch ist ein soziales Wesen und er freut sich, wenn er Gutes für andere Menschen tun kann.



Unternehmensziel –
stolz auf das Unternehmen sein ...

BUDNI ist laut Deutschem Kundenmonitor seit 10
Jahren eines der besten Unternehmen in der
Branche.

In diesem Jahr sind wir wieder auf Platz 1.

Die Marke BUDNI basiert auf Entwicklung
einer eigenen Unternehmenskultur ...

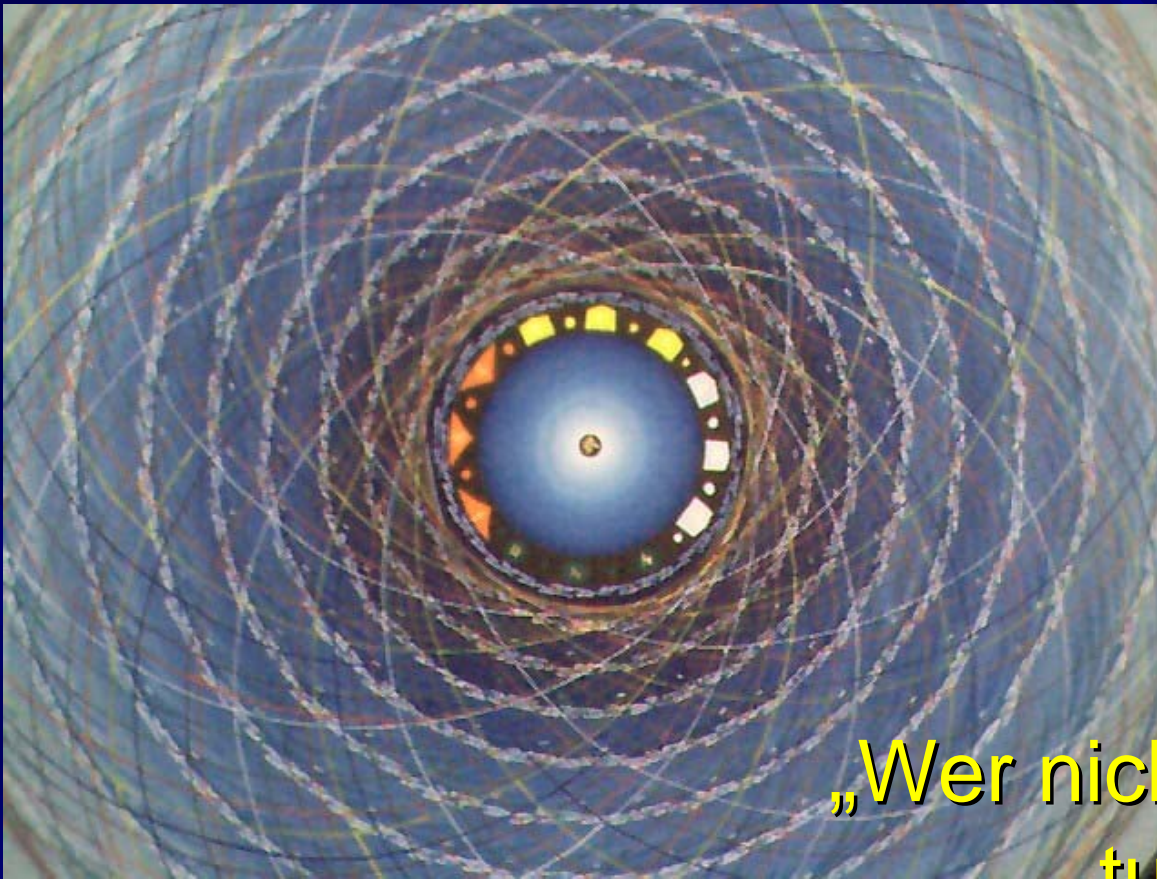
Das setzt enge Grenzen beim Wachstum ...

Basiert auf der Entdeckung der Langsamkeit ...

... denn was zu schnell wächst, muss sich auch schnell
anpassen und verändern können ...

... und das überfordert oft die Menschen.

Qualität kommt vor Schnelligkeit.



„Wer nichts für andere tut,
tut nichts für sich .“

Johann Wolfgang von Goethe