Start der Integritätskampagne: Volkswagen Konzern schärft Verständnis für integres und wertebasiertes Handeln

Im Rahmen der Betriebsversammlung im Werk Wolfsburg hat der Volkswagen Konzern seine Pilotkampagne zur Förderung der Integritätskultur ausgerollt. Beginnend mit der Marke Volkswagen soll die Initiative schrittweise von den weiteren Konzernmarken mit eigenen Kampagnen aufgegriffen werden. Dr. Christine Hohmann-Dennhardt, Konzernvorstand für Integrität und Recht, sagt: ?Integrität wird im Volkswagen Konzern gefordert, gefördert und gewürdigt. Unsere Pilotkampagne, die mit der Marke Volkswagen beginnt, schärft das Verständnis und das Bewusstsein für Integrität und wertebasiertes Handeln.?

Integrität ist die Basis für jedes moderne, transparente und erfolgreiche Unternehmen. Klare und überzeugende Werte, die allen Beschäftigten Orientierung geben, sind Voraussetzung für geschäftlichen Erfolg sowie eine gute und nachhaltige Zukunft. Um integres und wertebasiertes Handeln noch fester als Teil der Unternehmenskultur zu verankern, hat der Volkswagen Konzern unter Federführung von Christine Hohmann-Dennhardt eine eigene Integritätskampagne entwickelt, die jetzt im Werk Wolfsburg ausgerollt wird.

?Es ist wichtig, dass die Mitarbeiter verstehen, was integres Verhalten für den Erfolg eines Unternehmens bedeut. Es geht in der Kampagne aber auch darum, ein neues, geschärftes Verständnis und Bewusstsein für Integrität und Compliance zu schaffen und dieses nachhaltig in der Unternehmenskultur zu verankern?, sagt Christine Hohmann-Dennhardt und ergänzt: ?Alle sind aufgefordert die Initiative mitzutragen, besonders die Führungskräfte. Nur wenn das Management Integrität und werteorientierte Unternehmensführung vorleben und ihre Teams ermutigen, werden wir erfolgreich sein.?

Pilotkampagne: Was soll Integrität bei Volkswagen bedeuten?

Im Rahmen der Integritätskampagne sind die Beschäftigen am Standort Wolfsburg eingeladen, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen. Mittels einer mehrstufigen Kampagne sollen alle Bereiche schrittweise ans Thema herangeführt werden.

?Als erstes war es einmal wichtig, den Begriff Integrität sichtbar zu machen und die Beschäftigten für das Thema Integrität zu sensibilisieren und neugierig zu machen. Dazu haben wir im gesamten Werk Wolfsburg Plakate mit verschiedenen Slogans aufgehängt und die Monitore in den Produktionshallen und Bussen genutzt?, sagt Claudia Sutter, Leiterin Projekt Integritätsmanagement. ?Den offiziellen Startschuss haben wir schließlich auf unserer Betriebsversammlung gegeben. Christine Hohmann-Dennhardt hat die Initiative einem breiten Publikum erklärt und zum Mitmachen aufgerufen.?

Im nächsten Schritt steht die Information über das Themenfeld Integrität und die Diskussion im Fokus. Neben der Bespielung interner Medien wird auch der direkte Dialog in Chats gesucht. Auch das Sounding Board Programm (der Begriff kommt aus der Musik und bedeutet Resonanzboden, der beim Klavier die Schwingungen der Saiten verstärkt. Genau diese verstärkende Rolle

sollen die Botschafter übernehmen.) wird ins Leben gerufen. Führungskräfte und Mitarbeiter sind aufgerufen, Integritätsbotschafter zu werden. Als Ansprechpartner in ihren Fachbereichen sollen sie den Kontakt zwischen dem Vorstandsteam Integritätsmanagement und der Belegschaft herstellen, maßgeblich an dem Veränderungsprozess mitwirken sowie auch positive Beispiele für integres Verhalten sichtbar machen.

Die danach folgende Phase wird maßgeblich von den Erkenntnissen aus dem Feedback der Belegschaft geprägt. Sie soll aufzeigen, wo Integrität gefordert wird oder gefährdet ist. ?Durch die geplanten Schritte der Kampagne sollen alle wissen, was Integrität und werteorientiertes Handeln für jeden einzelnen bedeuten und dass es die Grundlagen jedes geschäftlichen Erfolgs sind?, sagt Claudia Sutter: ?Das funktioniert nur, wenn sich so viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wie möglich an der Diskussion und Erarbeitung gemeinsamer Leitmotive für das Handeln im Unternehmen beteiligen. Am Ende des Tages soll Integrität zu einer Selbstverständlichkeit werden, in einem Umfeld, das von Sicherheit, Offenheit, Vertrauen, Respekt und Fairness geprägt ist.?

Integrität: Tragende Säule der Konzernstrategie ?TOGETHER ? STRATEGIE 2025?

Integrität und der Kodex der Zusammenarbeit, der das partnerschaftliche Miteinander im Volkswagen Konzern definiert, sind auch fundamentaler Bestandteil der Konzernstrategie ?TOGETHER ? Strategie 2025?. ?Integres Handeln ist eine wichtige Säule in der neuen Konzernstrategie?, sagt Christine Hohmann-Dennhardt: ?Gerade nach den schmerzhaften Erfahrungen der letzten zwölf Monate ist es wichtig, dass wir das Integritätsmanagement weiter stärken und ausbauen.?

Vor diesem Hintergrund soll die Kampagne zur Förderung der Integritätskultur von den weiteren Marken des Volkswagen Konzerns übernommen werden. Dabei soll es bei jeder Marke eigene, maßgeschneiderte Kampagnen geben, um den Beschäftigten die Bedeutung von Integrität bewusst zu machen. ?Wir wünschen uns, dass die Marken auf den Erfahrungen aus dem Pilotprojekt in Wolfsburg aufbauen können?, sagt Christine Hohmann-Dennhardt abschließend.

Bild: Dr. Christine Hohmann-Dennhardt, Konzernvorstand für Integrität und Recht;
Bildquelle: Volkswagen AG