

GEMEINSAM HÖHER HINAUS

CULTURE PLAYBOOK



KONE

FÜR WELCHE ART VON UNTERNEHMEN WÜRDEST DU GERN ARBEITEN?

UNSERE KOLLEGEN VERRATEN UNS IHRE MEINUNGEN



SEITE 10
„Wo ich das Gefühl habe, Teil eines Teams zu sein“
– IRATXE, Service Business Sales

FOTO VON IRATXE VICENTE



SEITE 17
„Gute Gespräche mit Kollegen und Kunden führen“
– ANDREW, Marketing und Kommunikation

FOTO VON ANDREW TODD



SEITE 28
„Eine sozial verantwortungsbewusste Firma, die die Aktivitäten der Gemeinschaft unterstützt“
– JULIE, Human Resources

FOTO VON JULIE HAMMOND



SEITE 34
„Letztendlich führen zufriedene Mitarbeiter zu zufriedenen Kunden.“
– LYDIA, Kommunikation & Schulung

FOTO VON LYDIA PRASAD



SEITE 13
„Ein großartiger Arbeitsplatz ist einer, an dem ich mich sicher fühle und ohne Einschränkungen meine Ideen weitergeben kann.“
– ASTRID, KONE Way

FOTO VON ASTRID HUETING



SEITE 35
„Gemeinsam neue Geschichten und Ideen erleben“
– MANUEL, Modernisierung

FOTO VON MANUEL JIMENEZ

Unsere Kollegen auf dem Cover sind Christina und Rami, fotografiert in einem KONE DX Class-Aufzug.

GEMEINSAM HÖHER HINAUS

VOR DIR LIEGT UNSER CULTURE PLAYBOOK. DIESES BUCH IST VOLLER GEDANKEN UND IDEEN ZUM NACHDENKEN, WEITERGEBEN, BESPRECHEN UND EXPERIMENTIEREN. ES IST EINE EINLADUNG, DIE ART UND WEISE VORANZUBRINGEN, WIE WIR ALS EIN KONE-TEAM ZUSAMMENARBEITEN.

Egal, ob du jeweils einzelne Seiten überfliegst oder das ganze Buch liest – dieses Playbook ist umso nützlicher, je mehr du gemeinsam mit den Menschen in deiner Umgebung darüber nachdenkst. Alle unsere Beobachtungen und Gespräche über unsere Kultur ermöglichen uns, ein klein wenig anders zu denken und zu handeln.

Solche allmählichen Veränderungen ereignen sich ständig. Denke zehn oder auch nur ein paar Jahre zurück. Im Nachhinein ist es einfach zu sehen, wie sich die Welt und auch unsere Art zu arbeiten verändert hat.

Unsere Kultur wird von uns allen, durch alle unsere Handlungen, Tag für Tag und überall auf der Welt geprägt. Dabei geht es um die Dinge, die wir tun, um unseren Kunden und Kollegen ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern, und um die Handlungen, die Menschen um uns herum inspirieren und die Welt zu einem besseren Ort machen. Es geht um unsere Zusammenarbeit, unsere Sicht auf die Welt und unsere Rolle darin, und die Art und Weise, wie wir unsere Prinzipien und Werte im täglichen Leben umsetzen.

Genau das ist Kultur – da ist nichts Geheimnisvolles dabei. Kultur besteht aus Handeln, unserer Art zu arbeiten und unserem täglichen Verhalten. Kultur ist auch etwas unglaublich Mächtiges. Alles andere an einem Unternehmen kann kopiert oder geändert werden, nicht jedoch seine Kultur. Eine Kultur kann nur weiterentwickelt und gestaltet werden, Schritt für Schritt.

Dieses Playbook wurde von uns und für uns geschrieben. Es baut auf unserer bereits starken kulturellen Grundlage auf und zielt auf eine gemeinsame Vision dessen ab, was wir werden wollen.

Also, los geht's. Blättere um, und die Reise beginnt.

EINE WELT IN STÄNDIGER BEWEGUNG	4
GROSSARTIGE DINGE GESCHEHEN, WENN WIR ALLE MITEINBEZIEHEN	10
OUTSIDE-IN-DENKEN	16
SICH JEDEN TAG FÜR NACHHALTIGKEIT ENTSCHEIDEN	24
SINNHAFITIGKEIT IN UNSERER TÄGLICHEN ARBEIT	34

EINE WELT IN STÄNDIGER BEWEGUNG

URBANISIERUNG, NACHHALTIGKEIT UND TECHNOLOGIE SIND MEGATRENDS, DIE SCHON HEUTE BESTIMMEN, WIE DIE WELT DER ZUKUNFT AUSSEHEN WIRD.

Diese Megatrends beeinflussen nicht nur Wirtschaftsräume, Unternehmen und die Gesellschaft, sondern prägen auch unser tägliches Arbeiten und unser persönliches Leben.

Jeden Tag ziehen mehr als 200.000 Menschen in städtische Regionen, was die Urbanisierung zu einem der wichtigsten globalen Trends macht und das Wachstum von KONE unterstützt.

Wir können die Lebensqualität in Städten verbessern, indem wir bei allem, was wir tun, an Nachhaltigkeit denken. Wenn wir an der Spitze des digitalen Fortschritts bleiben, können wir dazu beitragen, die besten Lösungen für Städte zu entwickeln.

Die **Urbanisierung** ist nach wie vor der wichtigste Wachstumsfaktor für uns. Sie schreitet weltweit voran, doch die Bedingungen und Chancen, die sich daraus ergeben, wandeln sich. Auch unsere Lebens- und Arbeitsweise sowie unsere Mobilität unterliegen ständigen Veränderungen.

Nachhaltigkeit, die Erfüllung der Bedürfnisse von heute, ohne künftigen Generationen die Möglichkeit zu nehmen, sich ihre eigenen Bedürfnisse zu erfüllen, war für KONE schon immer wichtig. Tag für Tag arbeiten wir intensiv daran, unser strategisches Ziel zu erreichen und zu einem führenden Unternehmen bei allen Aspekten der Nachhaltigkeit zu werden – ökologisch, sozial und wirtschaftlich.

Technologie: Die technologische Entwicklung wird immer schneller. Wir können Technologie nutzen, um den Kunden von KONE neue Lösungen und Mehrwert zu bieten. Technologie ermöglicht zudem intelligentere Arbeitspraktiken für KONE-Mitarbeiter.

Diese Beobachtungen von Kollegen sind Momentaufnahmen, die zeigen, wie Megatrends die Art und Weise beeinflussen, wie wir heute leben und arbeiten:



CHINA „Für mich ist es wichtig, mich mit Technologie auszukennen, nicht nur für meinen Alltag, sondern auch für meine Arbeit und meine stetige Weiterentwicklung. Viele neue technologische Ideen für die Arbeit sind von Szenarien aus dem Alltag inspiriert.“*



USA „Die Urbanisierung des Gebiets von Dallas-Fort Worth verändert die Art und Weise, wie Menschen leben und arbeiten. Wir sehen es täglich, die neuen Straßen, die Schulen, die gebaut werden, und die Unternehmen, die umgezogen sind. Wachstum hat neue Branchen begründet, die Spitzentalente aus dem ganzen Land anziehen. Die Urbanisierung hat Menschen ermöglicht, in einer Region zu leben, zu arbeiten und zu wählen, wie sie arbeiten möchten.“*

„Urbanisierung bietet viele neue Wahlmöglichkeiten für das Leben.“



SPANIEN „Alle unsere Distrikte haben einen Sammelpunkt, zu dem wir jeden Tag verschiedene Arten von Abfällen bringen können. Man kann Möbel, Spielzeug, Bücher und andere Dinge spenden, die man selbst nicht mehr benötigt, anderen aber möglicherweise sehr willkommen sind.“*



INDIEN „Virtuelle Lernumgebungen und ortsunabhängiges Lernen bieten neue Möglichkeiten, und praktisch alles kann heute auf digitalen Wegen bezahlt werden, ob Taxifahrten oder das Abendessen im Restaurant.“*

QUIZ ZU MEGATRENDS

1. Wie viel Prozent der Menschheit wird bis 2030 in Städten leben?
2. Wie viele Menschen werden 2025 soziale Medien nutzen?
3. Wie wird 2030 das weltweite Durchschnittsalter der Menschen aussehen?

*Anmerkungen von KONE-Mitarbeitern im November 2021

ANTWORTEN:
60 % [Quelle: UN World Cities Report 2020]
Fast 4,41 Milliarden [Quelle: Statista]
33 Jahre [Quelle: Statista]

GRÜSSE VON DER CULTURE JOURNEY

UNSERE KULTUR BESTEHT AUS VIELEN KOMPONENTEN, ES IST DAHER SINNVOLL, SIE ALLE AUF EINER SEITE ZU ZEIGEN.

Dies ist unser Kultur-Statement

Wir arbeiten zusammen, um etwas zu bewegen – als ein KONE-Team

Sicherheit ist unser oberstes Gebot

Wir gestalten unsere Produkte und Verfahren für eine branchenführende Sicherheitsleistung. Wir arbeiten sicher, kümmern uns um andere und fördern aktiv sichere Verfahren.



CARE

Alle spielen eine wichtige Rolle für die Qualität

Auf der gesamten Customer Journey im gesamten Lebenszyklus der Lösung denken und handeln wir proaktiv. Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von schlanken Verfahren und kontinuierlicher Verbesserung. Deshalb entscheiden sich Kunden für uns und damit für die beste User Experience.



CUSTOMER

Wir entscheiden uns jeden Tag für Nachhaltigkeit

Wir sind fair und einbeziehend. Wir engagieren uns für Kohlenstoffneutralität. Wir sind führender Anbieter nachhaltiger Lösungen und Dienstleistungen für eine bessere Gesellschaft.



COLLABORATION



COURAGE

Wir kümmern uns umeinander

indem wir Vielfalt und Integration fördern

Indem wir Empathie zeigen

indem wir uns um die Umwelt und die Weiterentwicklung der Städte kümmern

Wir unterstützen unsere Kunden erfolgreich zu sein

indem wir neugierig sind

indem wir ein außergewöhnliches Nutzererlebnis erzeugen

indem wir immer den Dienstleistungsgedanken leben

Wir arbeiten zusammen als ein Team

indem wir aktiv zuhören

indem wir mit unseren Kunden und Partnern gemeinsam gestalten

indem wir gemeinsam erfolgreich sind

Wir sind mutig

indem wir kontinuierlich nach Innovation und Verbesserung streben

indem wir unsere Versprechen übertreffen

indem wir eine Vorreiterrolle in unserer Branche übernehmen

Unsere Kultur ist die Grundlage für alles, was wir tun, und basiert auf unseren Grundprinzipien und Werten.

Unsere Mission, **den Fluss des urbanen Lebens zu verbessern**, ist das Ziel, das jeden Schritt, den wir gehen, inspiriert.

WAS STEHT IM MITTELPUNKT UNSERER FÜHRUNGSKULTUR?

WIE FÜHREN WIR BEI KONE?



WIR SORGEN FÜR EINE BESSERE ZUKUNFT

Wir nehmen uns Zeit, uns selbst und andere weiterzuentwickeln. Wir denken ständig an Möglichkeiten, zu lernen und uns zu verbessern. Wir stellen offene Fragen und nehmen nichts als gegeben hin. Wenn wir Entscheidungen treffen, denken wir an deren langfristige Auswirkungen.



ZIELBEWUSSTSEIN UND ZUSAMMENGEHÖRIGKEIT

Wir legen Wert auf Diversität in Teams. Wir fördern ein inklusives Umfeld, in dem jeder sein echtes und authentisches Selbst sein kann. Wir achten darauf, dass wir immer einen Arbeitsplatz haben, der die Sicherheitsstandards erfüllt. Wir teilen unsere Gedanken offen mit, hören anderen aktiv zu und diskutieren gemeinsam.



KOMPETENZ STÄRKEN FÜR RESULTATE

Wir legen die Messlatte hoch und vertrauen darauf, dass unsere Kollegen bei Bedarf auch die Extrameile gehen. Wir scheuen uns nicht, zuzugeben, wenn wir etwas nicht wissen, und Aufgaben zu delegieren, damit andere sich weiterentwickeln können. Wir feiern unsere Erfolge gemeinsam und offen.

GIBT ES DAFÜR EINE ZAHL?

KONE hat mehr als 60.000 Mitarbeiter in aller Welt, die etwa 150 Nationalitäten repräsentieren.¹ Wir arbeiten jeden Tag mit Kunden zusammen, einschließlich Bauherren, Gebäudeeigentümern, Gebäudemanagern und Entwicklern sowie Architekten, Behörden und Beratern.

6,700,000,000

Es wird geschätzt, dass die Weltbevölkerung im Jahr 2050 etwa 6,7 Milliarden Menschen umfassen wird². Mit dem Wachstum von Städten tragen wir durch unsere intelligenten und nachhaltigen Lösungen zur Verbesserung des urbanen Lebens bei.



Wir sind in mehr als 60 Ländern tätig, die meisten von uns im Raum Asia Pacific

Um unsere kulturellen Ambitionen zu gestalten, beantworteten 25.370 Kollegen die Frage: Welche Kultur, Werte und Arbeitsweise würdet ihr gern gemeinsam für KONE aufbauen? (2020). Mehr als 65 % der Antworten kamen aus dem Operations-Bereich.

~2.300 Innovationen wurden 2020 von Mitarbeitern in das KONE Idea Flow-Tool eingegeben.

Dieses wurde eingeführt, um KONE-Mitarbeiter dabei zu unterstützen, innovativ zu sein. Das Tool bietet die Möglichkeit, großartige Ideen in die kommerzielle Realität umzusetzen.

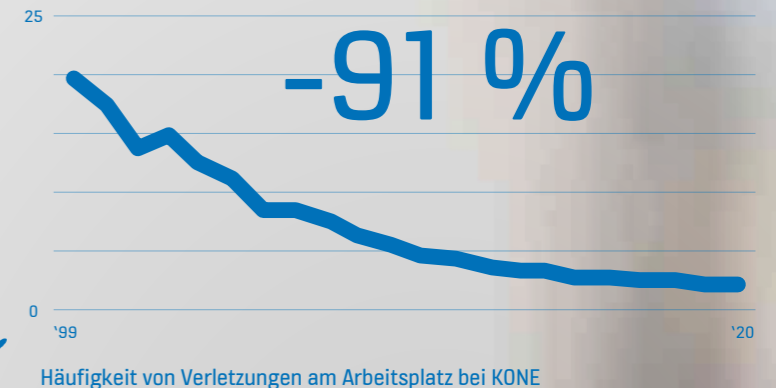
Tag für Tag arbeitet KONE mit
**MEHR ALS
550.000
KUNDEN ZUSAMMEN**

Qualität ist einer der Hauptgründe, warum sich unsere Kunden für KONE als Partner entscheiden

SICHERHEIT IST UNSER OBERSTES GEBOT

Um das Bewusstsein für unsere Sicherheitskultur zu steigern und weiter zu stärken, organisiert KONE seit 2012 jährlich eine globale Safety Week.

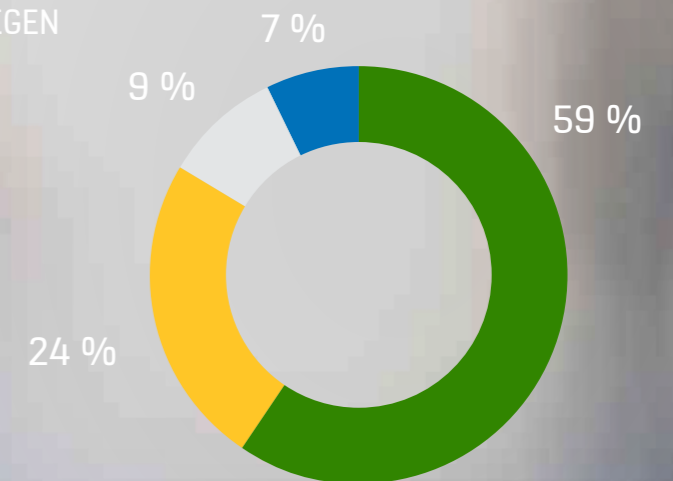
Die Zahl der Unfälle mit Verletzungen, die pro Million Arbeitsstunden bei KONE auftreten, hat im Laufe der Jahre deutlich abgenommen.



MEHR ALS DIE HÄLFTE UNSERER KOLLEGEN SIND JEDEN TAG VOR ORT TÄTIG

Mitarbeiter nach Tätigkeitskategorie, 2020

- **Wartung und Modernisierung** (59%)
- **Neuanlagen, Vertrieb und Installation** (24%)
- **Verwaltung, IT und F&E** (9%)
- **Fertigung** (7%)



Mehr als 35.000 Kommentare von KONE-Mitarbeitern weltweit wurden aus Online-Gesprächen und Mitarbeiterumfragen erfasst. Diese wurden analysiert und berücksichtigt, um die KONE-Werte 2020 zu aktualisieren.

83 %

2020 waren 83 % der externen Neueinstellungen in Führungspositionen Kandidaten aus dem jeweiligen Land.

¹ 2021
² Vereinte Nationen 2018

GROSSARTIGE DINGE GESCHEHEN, WENN WIR ALLE MITEINBEZIEHEN

Die Untersuchungen von KONE zur Kultur haben ergeben, dass zu den Gewohnheiten und Verhaltensweisen, die das Engagement der Mitarbeiter unterstützen, Offenheit und Vertrauen, persönliches Verantwortungsbewusstsein und von Mitarbeitern getragene Innovationen sind. Wie zeigst du diese Verhaltensweisen bei deiner täglichen Arbeit?

Offene Fragen zu stellen, ist eine sichere und einfache Möglichkeit, Feedback einzuholen und andere zu inspirieren, ihre Gedanken und Ideen vorzubringen. Indem wir uns für andere nahbar machen, laden wir sie ein, uns im Gegenzug ebenfalls mit Vertrauen und Offenheit zu begegnen.

Wir gewinnen das Selbstvertrauen, Verantwortung zu übernehmen und Initiative zu zeigen, wenn wir wissen, dass wir dazu eingeladen sind, dies zu tun. Indem wir andere unterstützen, ermuntern wir sie, zu experimentieren und Neues auszuprobieren.

Fantastische Ideen werden zum Leben erweckt, wenn wir uns bemühen, uns gegenseitig einzubeziehen, unsere Konzepte vorzutragen sowie unsere Fehler anzusprechen und aus ihnen zu lernen.

↑ **35 %**
BIS 2030

KONE hat sich verpflichtet, den Frauenanteil auf Geschäftsführungsebene bis 2030 schrittweise auf 35 % zu bringen

→ IN DIESEM KAPITEL GEHT ES DARUM, WIE WIR DIE PRAKTIKEN STÄRKEN, DIE UNS HELFEN, BESSER MITEINANDER ZU ARBEITEN.

WENN DU DICH EINBEZOGEN FÜHLST,

SCHÜTTET DEIN KÖRPER ENDORPHINE AUS

FÜHLST DU DICH WOHL UND WEISST, DASS ANDERE HINTER DIR STEHEN

LERNST DU AUS RÜCKSCHLÄGEN

MAN FÜHLT SICH LEICHTER UND SICHERER



FOTO VON DANITA VICENTE MAYORAL

UNSERE UNTERSCHIEDE SIND UNSERE STÄRKEN

Wir alle sind hinsichtlich unserer Persönlichkeit, unserem Äußeren, unseren Fähigkeiten, Hintergründen und Erfahrungen sowie bei vielen anderen Eigenschaften unverwechselbar – und genau so sollte es auch sein. Unsere vielfältigen Perspektiven ermöglichen uns, Innovation voranzubringen, optimale People Flow-Erfahrungen zu schaffen und bessere, nachhaltigere Städte zu bauen.

→ Danita Vicente, Talent Management & Learning, KONE Americas, spricht über ihre eigenen Erfahrungen:

„Als ich zu den ersten Designbesprechungen für ein globales Projekt in Finnland eingeladen wurde, kam ich mit einigen Ideen dazu, wie wir das System basierend auf meinen Erfahrungen organisieren sollten. Nachdem ich allerdings etwas über die Komplexität erfahren hatte, die das System für unsere Organisation darstellen würde, und die Sichtweise anderer gehört hatte, änderte ich meinen Ansatz vollständig. Durch meine persönliche Teilnahme konnte ich die Gründe mit großem Selbstvertrauen an andere weitergeben und ihnen helfen, zu verstehen, warum bestimmte Entscheidungen getroffen wurden.“

WIR ALLE SIND EXPERTEN IN UNSEREM JOB

DIESE KOLLEGEN SPRECHEN ÜBER DIE EIGENSCHAFTEN, DIE SIE EINZIGARTIG MACHEN. WAS SIND DEINE EINZIGARTIGEN FÄHIGKEITEN?



FOTO VON MATHILDA CHUA

„Ich behandle andere Menschen auf Augenhöhe und bin für alle Kommentare offen. Dies ist eine einzigartige Fähigkeit, die mir hilft, mit meinen Team-Kollegen in Verbindung zu bleiben. Sie sagen mir oft, dass ich das, was sie denken, wirklich gut in Worte fassen kann.“

Mathilda, Singapur



FOTO VON MOHAMMED AYAZ

„Meine Kollegen kommen zu mir, wenn sie Lösungen suchen, da ich oft die positive Seite an Dingen sehe. Ich stütze mich auf meine eigenen besonderen Fähigkeiten und Erfahrungen, um sie zu unterstützen und gemeinsam mit ihnen zu wachsen.“

Mohammed, Dubai



FOTO VON ALJA LEPISTÖ

„Ich denke, meine gleichermaßen schweizerische wie finnische Herkunft ermöglicht mir, unterschiedliche Perspektiven zu schätzen sowie empathisch und belastbar zu sein. Ich lasse mich sehr schnell inspirieren und suche ständig nach Wegen, Dinge zu verbessern.“

Alja, Finnland



„Innovation ist ein Teamsport – es geht um das Miteinander von Menschen. Neue Ideen zu schätzen und mit ihnen zu experimentieren, sind Grundlagen für Innovationen. **Wenn wir keine Risiken eingehen und nicht manchmal auch scheitern, bleiben Innovationen die Ausnahme und nicht die Regel.** Neugierig zu sein, von anderen zu lernen und öfter nach dem „Warum“ zu fragen, sind einfache Dinge, die wir alle tun können – und die zu größeren Dingen führen können!“

Maciej Kranz, EVP, Chief Technology Officer bei KONE

HEISSER TIPP!
Sei interessiert,
nicht interessant.

UND WAS IST MIT ...
... dem Stellen offener Fragen?
Die Art und Weise, wie wir Fragen stellen, kann bei einem Gespräch einen entscheidenden Unterschied machen.

Zwar können geschlossene Fragen für die Überprüfung von Fakten hilfreich sein, offene Fragen funktionieren jedoch besser, wenn wir Informationen sammeln und weitergeben möchten.

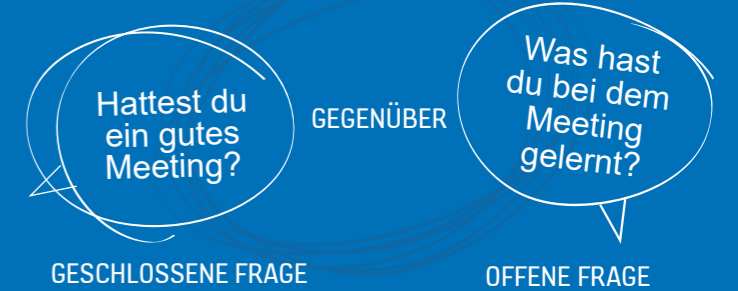


MÖGLICHKEITEN, KOLLEGEN EINZUBINDEN UND SICH MIT IHNEN ZU VERNETZEN:

- „Sei ehrlich und respektvoll und zeige aufrichtige Neugier“
- „Durch Zuhören, so einfach dies auch klingen mag“
- „Frage andere nach ihrer Meinung“
- „Dialog und Diskussion“
- „Regelmäßige Gespräche“

ONLINE-DISKUSSIONEN ZUR KONE CULTURE JOURNEY, NOVEMBER 2021

EINIGE BEISPIELE



AUGENBLICKE, DIE WICHTIG SIND

- Denke an einen Moment zurück, in dem du dich bei der Arbeit wertgeschätzt und verstanden fühltest.
- Kannst du dich an eine Situation erinnern, in der du mehr hättest tun können, damit sich jemand miteinbezogen fühlt? Was könntest du tun, um andere zu fördern?



WARUM NICHT VERSUCHEN, ...

... einen Kollegen aus einem anderen Team oder einer anderen Funktion zum Mittagessen oder zu einer Mittagspause einzuladen? Du weißt nie, welche Einblicke ein solches Gespräch bieten kann.

... sicherzustellen, dass jeder die Möglichkeit bekommt, sich zu äußern. Nimm dir einen Moment Zeit, um die unterschiedlichen Perspektiven zu berücksichtigen, die andere in Meetings ausdrücken, und versuche, mehr herauszufinden.

KREATIVITÄT

/kre:ativit'et/ Subst.
der Einsatz von Vorstellungskraft oder eigenen Ideen, um etwas Neues zu schaffen.

Wann hast du zum letzten Mal eine Pause gemacht, um frei nachzudenken und deine Gedanken schweifen zu lassen? Wo oder wann denkst du am besten? Auf deinem Weg zur Arbeit? Beim Lesen?

WENN WIR UNS GEGENSEITIG MITEINBEZIEHEN, GEWINNEN ALLE

Wenn wir uns mit Kunden treffen, sind wir immer vorbereitet. Das bedeutet allerdings nicht, dass wir sofort unsere eigene Agenda umsetzen sollten. Ganz im Gegenteil. Wenn wir zu Meetings gehen, können wir nichts als gegeben betrachten! Vielleicht kennen wir unsere Kunden gut, aber ihre Prioritäten und Probleme können dennoch eine Überraschung sein.

Daher ermutigen wir unsere Kunden stets, uns zu sagen, wie ihre Geschäfte laufen und welche Prioritäten und Ziele sie haben. Diese einfache Vorgehensweise hat zwei fantastische Ergebnisse.

Erstens hilft sie uns dabei, die Brücken zwischen den Prioritäten des Kunden und den vielfältigen Unterstützungsmöglichkeiten von KONE zu bauen. Dies zeigt nicht nur, dass wir zuhören, es ist auch wichtig, damit wir schneller zu den besten Lösungen kommen. Denn ja, wir sind gut vorbereitet, aber der ganze Sinn des Gesprächs liegt darin, gemeinsam die richtigen Lösungen zu finden, nicht darin, eine Idee zu präsentieren und dann wieder zu verschwinden.

Zweitens hilft sie dabei, alle im Raum als ein Team zusammenzubringen, das sich auf die Lösung gemeinsamer Herausforderungen und die Nutzung gemeinsamer Chancen konzentriert. So bauen wir eine Beziehung zu unseren Kunden auf, die auf nachhaltigen Erfolg ausgerichtet ist.

Eine Gewohnheit, die sich bei Besprechungen für mich persönlich als hilfreich erwiesen hat, sind Notizen. Anstatt zu überlegen, was ich als Nächstes sagen sollte, höre ich lieber genau zu.

Das Schöne an der engen Zusammenarbeit mit Kunden ist, dass man vorher nie weiß, was man gemeinsam erreichen kann!

Anna Tiri, Unit Maintenance Director,
KONE Elevators, Finnland und Baltikum



FOTO VON ANNA TIRI

„Ermuntere immer zuallererst den Kunden, dir mitzuteilen, wie seine Geschäfte laufen und welche Prioritäten und Ziele er hat.“

WIE SIEHT DEINE VORSTELLUNG VON EINEM TOLLEN ARBEITSUMFELD AUS?



UND WIE SIEHST DU DEINE ROLLE DABEI?

HIER SIND EINIGE
GEDANKEN



„Ein Ort, an dem Menschen eine positive Einstellung haben, sich umeinander kümmern und sich gegenseitig unterstützen.“

„Wo unterschiedliche Persönlichkeiten und Arbeitsstile willkommen sind.“

„Wo wir keine Silos mehr haben und auf der Grundlage unserer Interessen, Fähigkeiten und Motivation an Projekten arbeiten können.“

„Wo man frei innovativ sein, neue Fähigkeiten erlernen und Grenzen überwinden kann.“

ONLINE-DISKUSSIONEN ZUR
KONE CULTURE JOURNEY,
NOVEMBER 2021



OUTSIDE-IN-DENKEN

KUNDENORIENTIERUNG IST EIN ESSENZIELLER BESTANDTEIL UNSERER KULTUR.

UM KUNDEN BESTMÖGLICH ZU UNTERSTÜTZEN UND MEHRWERT FÜR ENDNUTZER ZU SCHAFFEN, MÜSSEN WIR JEDOCH EINE NOCH BREITERE PERSPEKTIVE EINNEHMEN.

Wobei genau stehen unsere Kunden im Mittelpunkt? Sicherlich nicht nur in unserer Aufmerksamkeit. Sie sind eingebunden in urbane Umgebungen voller Menschen, Verkehr, Geräusche, Gerüche, vielfältiger Bedürfnisse von Endnutzern und Möglichkeiten, sich schneller zu bewegen. Eine Welt, in der sich Trends, Technologien und Services mit atemberaubender Geschwindigkeit entwickeln.

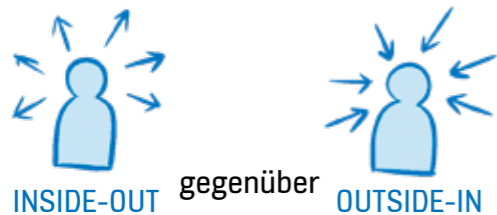
Neugierig auf unsere Kunden und deren Umwelt zu sein, ist das Entscheidende beim Outside-in-Denken. Dies bedeutet auch, unsere Produkte und Services von außen zu betrachten.

Wenn wir uns selbst aus der umfangreicheren Perspektive der Welt um uns herum betrachten, müssen wir uns fragen: Halten wir noch Schritt mit allem, was vor sich geht? Wichtiger noch: Welche faszinierenden Erkenntnisse könnte uns als Unternehmen eine breitere Perspektive bringen? Was könnten wir noch tun, um den Strom des städtischen Lebens weiter zu verbessern?

Diese Fragen können wir nur beantworten, wenn wir uns der Welt offen nähern, aufmerksam zuhören und nie von festen Annahmen ausgehen.

Wir alle sind zum Outside-in-Denken in der Lage. Indem wir mit verschiedenen Menschen sprechen, unterschiedlichen Konzepten auf den Grund gehen und verschiedenen Medien folgen, gewinnen wir Ideen, die wir allein nicht hätten entwickeln können.

VERSTÄNDNIS DES KONZEPTS DES OUTSIDE-IN-DENKENS



LASS UNS IN DIESEM KAPITEL AUF EINIGE DER VERHALTENSWEISEN UND PRAKTIKEN EINGEHEN, DIE ES UNS ERMÖGLICHEN, UNSERE SICHTWEISEN ZU ERWEITERN UND OUTSIDE-IN-DENKEN EINZUÜBEN.

KÖNNTE EMPATHIE DIE WICHTIGSTE SUPERKRAFT DER ZUKUNFT SEIN?



DIE KUNST DES ZUHÖRENS

Offen auf das zu hören, was um uns herum passiert, erfordert, dass wir zuerst unsere eigenen Annahmen beiseitelegen. Wir alle haben Vorurteile, die unser Denken täglich beeinflussen. Einige Studien sprechen von mehr als 200 unterschiedlicher unbewusster Vorurteile, die unsere Fähigkeit, die Sichtweise anderer zu sehen und zu hören, beeinträchtigen können. Zwar unterstützen uns diese dabei, schnelle Entscheidungen zu treffen und Energie zu sparen, sie können sich aber auch gegen uns wenden.

➔ In Wahrheit erkennen wir die Wirklichkeit nicht so, wie sie ist, sondern so, wie wir sie wahrzunehmen bereit sind.

Zu verstehen und zu akzeptieren, dass unser Denken immer unvollkommen ist, kann uns dazu inspirieren, offenere Fragen zu stellen und neue Erkenntnisse zu finden. Es kann uns auch helfen, die Meinungen anderer zu berücksichtigen und bessere Entscheidungen zu treffen. Indem wir uns unserer Vorurteile zunehmend bewusst werden, verbessern wir unser Outside-in-Denken.

➔ Durch welche Art von Brille sehen andere die Welt? Was ist für sie wichtig?

Outside-in-Denken und offenes Zuhören helfen uns, gemeinsame Wege zu finden – und letztendlich bessere Ergebnisse zu erzielen.

Bevor du jemanden triffst, notiere deine Annahmen dazu auf Papier. Dann versuche, diese Annahmen zu verwerfen, und höre richtig zu. Du könntest überrascht werden.

ENTDECKE DIE ZAHLREICHEN MÖGLICHKEITEN, DEN UNTERSCHIED ZU MACHEN



„Die Fähigkeit zuzuhören ist eine der wichtigsten Eigenschaften, die ich für meine Arbeit benötige“, sagt Beleuchtungsdesigner Jukka Korpihete.

„Wir haben Teams, die regelmäßig Interviews führen, um herauszufinden, was Anwender wollen und brauchen. Du musst Augen und Herz offen halten und stets bereit sein, etwas Neues zu lernen“, meint er.



Jesus González, Servicetechniker aus Spanien, verrät uns, wie er Kunden die KONE 24/7 Connected Services erläutert: „Ich bin derjenige, der für die monatlichen Service Calls vorbei kommt, aber das System überwacht den Aufzug ununterbrochen und führt Analysen durch, damit es wirklich Tag und Nacht funktioniert. Heutzutage ist es möglich, Daten von über 200 Parametern zu analysieren. Das System kann Aktionen wie Türöffnungs- und -schließverhalten, Position und Bewegung im Aufzugschacht, Nutzungsstatistiken, Stoppenauigkeit, Laufleistung und Fahrtzeit überwachen.“



„Aufzüge haben bereits Blindenschrift neben den Tasten, aber nur sehr wenige Blinde können diese lesen“, sagt Ilkka Pirttimaa, CEO von MIPSsoft, dem Unternehmen hinter BlindSquare, einer Navigations-App für Blinde und Sehbehinderte. Für Menschen ohne Sehkraft ist die App ein echtes Geschenk. „Mit der sprechenden App kann der Benutzer über angeleitete Aufforderungen einen Aufzug rufen und direkt zu seiner Etage fahren“, sagt Pirttimaa.



Miguel Falcao Fernandes, Architekt bei Aedas in Singapur, erläutert, wie digitale Hilfsmittel unterstützen, die bestmöglichen People-Flow-Lösungen mit minimalem Aufwand zu erstellen: „Mit den Planungstools von KONE erhalten wir viel früher eine klare Vision. Wir geben einfach die Parameter ein und haben bereits während der ersten Konzeptphasen sofortigen Zugriff auf wertvolle Daten.“

Weitere Informationen zu diesen Geschichten findest du auf www.kone.com

ZUHÖREN UND LERNEN

Höre zu und abonniere „The Flow of Urban Life“, einen KONE-Podcast, der untersucht, wie Urbanisierung und Digitalisierung die Art und Weise, wie wir in Städten leben, arbeiten und uns bewegen, verändern.

Besuche KONE.com und folge KONE in den sozialen Medien, um dich inspirieren zu lassen und an Gesprächen zu verschiedensten Themen teilzunehmen – von intelligenten Gebäuden und der Zusammenarbeit bis hin zu Produktivität und Wohlbefinden.



Damit du über die aktuellen Aktivitäten in deiner Nähe auf dem Laufenden bleibst, solltest du die Pressemitteilungen in deiner Region sowie Postings in sozialen Medien verfolgen.

Finde außerdem heraus, welche Pläne und Ziele deine Stadt auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit festgelegt hat.

OUTSIDE-IN

SIEH DIE WELT MIT DEN AUGEN ANDERER

– EINE ÜBUNG

UM ERFOLGREICH ECHTEN WERT FÜR KUNDEN SCHAFFEN ZU KÖNNEN, MÜSSEN WIR VERSTEHEN, WORAUF ES FÜR SIE ANKOMMT.

Bei KONE arbeiten wir mit einer Vielzahl von Kunden zusammen, die unterschiedliche Anforderungen und Erwartungen haben.

Wir achten stets auf Sicherheit, Qualität und Nachhaltigkeit und arbeiten mit unseren Kunden und Partnern zusammen, um diese Aspekte sicherzustellen.

Worum geht es unseren Kunden sonst in der Regel?

Hier ist eine Übung, die dir helfen soll, herauszufinden,

wie gut du die verschiedenen Arten von Kunden kennst, für die wir arbeiten.

Ordne diese acht verschiedenen Kundentypen ihren wahrscheinlichen Anforderungen und Erwartungen zu.

Fülle die Felder auf den gelben Notizzetteln mit dem Buchstaben, der den Anforderungen für den jeweiligen Kundentyp entspricht.

Am Ende der Seite findest du die häufigsten Antworten!

- A**
- Differenzierung, verbesserter Personenfluss und User Experience
 - Attraktive Immobilie und Investition (Lebenszeitwert)
 - Kostenoptimierung und Risikomanagement
 - Geringere Auswirkungen auf die Umwelt

- B**
- Guter Ruf und hohe Kundenzufriedenheit
 - Lösungsoptionen und technische Details
 - Optimierung von Kosten und Lebenszeitwert
 - Einblicke in Gesetze, Sicherheit, Nachhaltigkeit, Wartung

- C**
- Verbesserung der Attraktivität des Gebäudes
 - Anhebung des Lebenszeitwerts der Immobilie
 - Verbessertes Personenfluss
 - Barrierefreiheit und User Experience

- D**
- Zuverlässiger Betrieb und Wartung
 - Barrierefreiheit und User Experience
 - Verbesserung der Attraktivität und des Lebenszeitwerts des Gebäudes
 - Anhebung des Lebenszeitwerts der Immobilie

- E**
- Zuverlässigkeit und Informationsfluss
 - Accessibility and user experience

- F**
- Gesamtbetriebskosten
 - Zuverlässige Wartung und Modernisierungen
 - Berechenbarkeit
 - Verbessertes Arbeitsprozess

- G**
- Lösung, die den Anforderungen entspricht und für den Zweck geeignet ist
 - Risikomanagement
 - Kostenoptimierung
 - Reibungsloser Montageprozess

- H**
- Designflexibilität und einfacher Entwurfsprozess
 - Funktionales Design und attraktives Gebäude
 - Geringere Auswirkungen auf die Umwelt
 - Verbessertes Personenfluss
 - Verbesserte Zugänglichkeit und bessere User Experience

MIETER UND ENDNUTZER

WOHNUNGSKOOPERATIVE

GEBÄUDEMANAGER

EIGENTÜMER

BAUHERREN

BERATER

ENTWICKLER

ARCHITEKTEN

ANTWORTEN:
 MIETER UND ENDNUTZER = E
 WOHNUNGSKOOPERATIVE = B
 BERATER = B
 ARCHITEKT = H
 ENTWICKLER = A
 BAUHERREN = G
 EIGENTÜMER = C
 GEBÄUDEMANAGER = F

EIN UMFASSENDER BLICK AUF DIE WELT GEHT ÜBER DIE KUNDEN HINAUS

HIER SIND EINIGE BEISPIELE DAFÜR, WAS DAS OUTSIDE-IN-DENKEN FÜR KONE-MITARBEITER IN ALLER WELT BEDEUTET:

„Es geht darum, aus verschiedenen Perspektiven zu denken – nicht nur denjenigen von Kunden, sondern auch von Partnern, Kollegen und den Menschen, zu denen wir gehören.“
– Maelle, Frankreich



FOTO VON MAELLE PERNELLE

„Wir müssen aus unserer Umgebung lernen – wie Innovation im Marktumfeld stattfindet und wie sich Entscheidungen der Kunden in Echtzeit ändern.“
– V. Premkumar, Indien



FOTO VON V. PREMKUMAR

„Dazu gehört Input von Außerhalb unseres Unternehmens, Zuhören und Aufnehmen.“
– Aleksandar, Serbien



FOTO VON ALEKSANDAR KNEŽEVIĆ

Was ist mit dir? Was ist deine Sicht auf das Outside-in-Denken? In welcher Weise beeinflusst es deine Arbeitsweise?

„Die kontinuierliche Einbindung externer Parteien, um zu lernen, und die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Fähigkeiten durch externe Schulungen, Lesen und Zuhören.“
– Maria, Finnland



FOTO VON TOM WAVRE

„Es ist eine Verpflichtung, unser Geschäft auf der Grundlage externer Faktoren zu verstehen und anzupassen.“
– Tom, Großbritannien

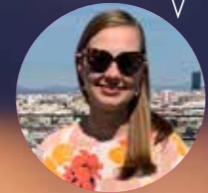


FOTO VON MARIA SUORSA

„Es ist klar, dass wir ein Netzwerk von Partnern um uns herum brauchen.“
– Rita, Singapur



FOTO VON RITA MALLIUS

ÜBER BISHERIGE GRENZEN DENKEN
Mit wem arbeitest du zusammen, um Städte zu besseren Orten für Menschen zu machen?
Welche Art von Zusammenarbeit werden wir in Zukunft brauchen, um bessere Städte zu schaffen, und mit wem?

VERGISS NICHT, DIE LERNPLATTFORMEN ZU ERKUNDEN, DIE KONE-MITARBEITERN ÜBER UNSER INTRANET ZUR VERFÜGUNG STEHEN.



HEISSER TIPP
Offene Universitäten in aller Welt bieten jedes Jahr Tausende von kostenlosen Kursen für flexibles Lernen und Fernstudium an.

WIE FINDEST DU INSPIRATION UND GIBST DIESE AN DEINE KOLLEGEN WEITER?

SICH JEDEN TAG FÜR NACHHALTIGKEIT ENTSCHEIDEN

UNSER ZIEL IST ES, BEI ALLEN ASPEKTEN DER NACHHALTIGKEIT FÜHREND ZU SEIN.

Nachhaltigkeit als eines der zentralen Prinzipien unserer Kultur bedeutet, dass wir bewusste Entscheidungen treffen, bei denen wir bei allem, was wir tun, auf Umweltschutz, Diversität und Inklusion, Ethik und Integrität achten. Diese Entscheidungen ermöglichen den Übergang zu nachhaltigen, klima- und CO₂-neutralen Gesellschaften.

Wir haben uns die Schaffung besserer städtischer Umgebungen für alle zum Ziel gesetzt und beteiligen unsere Kunden, Lieferanten und Partner an Klima- und Umweltschutzmaßnahmen.

Diversität und Integration sind untrennbare Bestandteile unserer Kultur und unserer Werte. Wir sind davon überzeugt, dass Innovation und Arbeitsgemeinschaften erfolgreich sind, wenn wir Menschen als das schätzen, was sie wirklich sind. Daher stehen wir bewusst für Gleichberechtigung und Chancengleichheit ein.

Wir sind stolz darauf, unsere Geschäfte in verantwortungsbewusster Weise zu führen und stets das Richtige zu tun.

Wir alle können durch unsere täglichen Aktivitäten zur Nachhaltigkeit beitragen – zum Beispiel, indem wir die Aufmerksamkeit für ein Umweltproblem schärfen, uns unserer Vorurteile bewusst werden und uns immer besser mit dem KONE-Verhaltenskodex vertraut machen.*

Wie kannst du zu den Bemühungen um Nachhaltigkeit beitragen?

➔ SEHEN WIR UNS DIE VERHALTENSWEISEN AN, DIE UNS HELFEN, NACHHALTIGKEIT VORANZUBRINGEN.

* Lies mehr auf Seite 29.



EINE WELTWEITE PRIORITÄT

Es ist verständlich, wenn man frustriert darüber ist, wie langsam die Welt Maßnahmen ergreift, um soziale Probleme und den Klimawandel in den Griff zu bekommen. Dies gilt für uns alle. Dennoch zeigen sich überall wichtige Veränderungen. Da immer mehr rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit geschaffen werden, ziehen auch große Finanzinstitute nach. Mit anderen Worten: Die Regeln unserer Wirtschaft und die Frage, wer mit wem Geschäfte macht, werden bereits jetzt neu formuliert. Nachweisen zu können, dass man im Hinblick auf den Umweltschutz und auf die gesellschaftliche Verantwortung korrekt handelt, wird immer wichtiger.

➔ Nicht nachhaltig zu wirtschaften wird ein Ding der Unmöglichkeit.

Als führendes Unternehmen unserer Branche entscheiden wir uns, weiter zu gehen und einer der Akteure zu sein, die Veränderungen vorantreiben und nicht nur ihren Verpflichtungen nachkommen. Wie wir mit Menschen umgehen, uns um die Umwelt kümmern und unsere Geschäftstätigkeit durchführen, ist letztendlich für die Unternehmen unserer Kunden und auch für unsere Endnutzer wichtig. Wenn die Nachhaltigkeit, wie einige sagen, ein Puzzlespiel ist, dann sollten wir dafür sorgen, dabei die besten Teile in der Hand zu haben.

WIR HELFEN STÄDTEN, IN NACHHALTIGER WEISE ZU WACHSEN

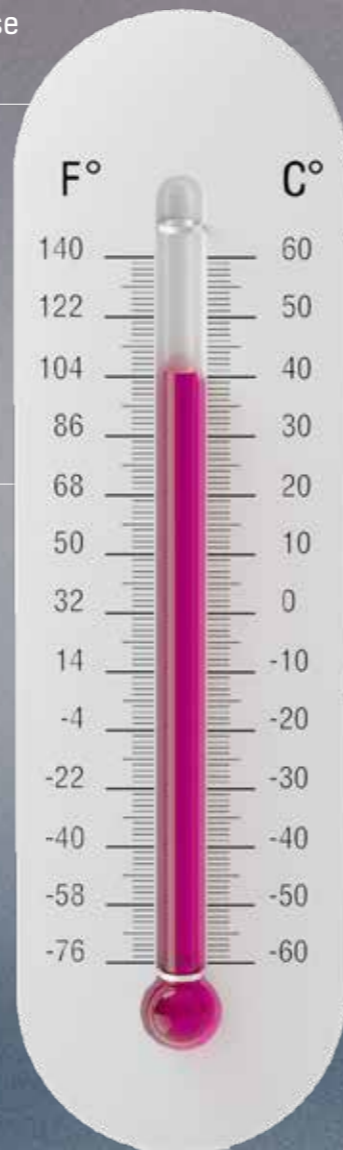
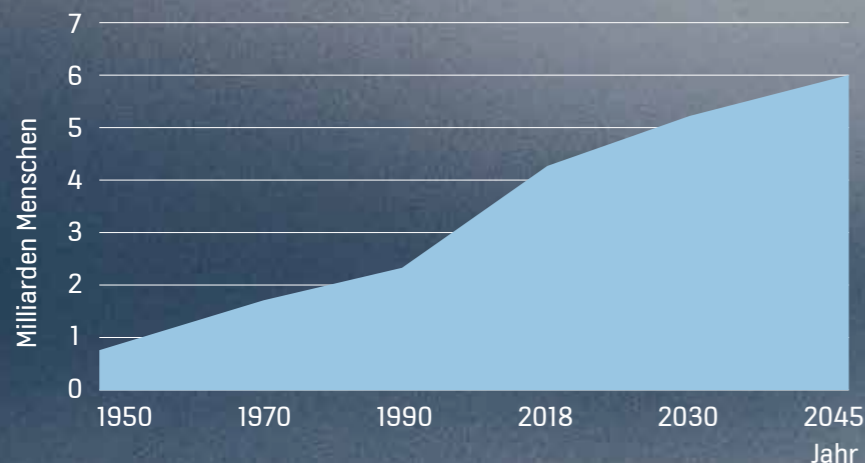
Bei KONE verfolgen wir das Ziel, in unserer Branche und darüber hinaus führend auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit zu sein. Um zu besseren urbanen Umgebungen beitragen zu können, arbeiten wir über den gesamten Lebenszyklus der Gebäude hinweg mit unseren Kunden zusammen. Auf diese Weise helfen wir ihnen auch, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Im Zuge des weltweiten Temperaturanstiegs mit seinen vielfältigen Auswirkungen müssen wir immer besser verstehen lernen, wie Städte zum Teil der Lösung des Problems werden und diesen Wandel abmildern bzw. sich diesem anpassen können.

Wusstest du schon? Das Klimaschutzversprechen von KONE von 2020 war die ambitionierteste der gesamten Branche.

6 MILLIARDEN

Bis 2045 wird die Zahl der Menschen, die in Städten leben, auf 6 Milliarden steigen.



40 % ↓

WIR SIND DER INITIATIVE „SCIENCE BASED TARGETS“ (SBTI)¹ VERPFLICHTET: Eines unserer Hauptziele besteht darin, unsere produktbezogenen Treibhausgasemissionen bis 2030 um 40 % gegenüber 2018 zu reduzieren. Unsere Maßnahmen zum Erreichen dieses Ziels helfen unseren Kunden dabei, ihre CO₂-Bilanzen zu reduzieren und zu nachhaltigeren Lieferketten beizutragen. Ein weiteres Ziel ist, von 2018 bis 2030 die absoluten Emissionen in unseren eigenen Betriebsabläufen um 50 % zu reduzieren.

WIR VERPFLICHTEN UNS, BIS 2030 CO₂-NEUTRAL ZU ARBEITEN.

¹ Wissenschaftlich fundierte Ziele zeigen Unternehmen einen klar definierten Weg, Emissionen gemäß dem Pariser Klimaschutzabkommen zu reduzieren. Viele Unternehmen in aller Welt arbeiten bereits mit der Initiative „Science Based Targets“ (SBTi) zusammen. Lies mehr auf <https://sciencebasedtargets.org/>

Um die Auswirkungen unserer Lösungen auf die Umwelt während ihrer gesamten Lebensdauer zu illustrieren, veröffentlichen wir so genannte Environmental Product Declarations (EPD, Produkterklärungen zum Umweltschutz). Dazu veröffentlichen wir auch Health Product Declarations (HPD, Produkterklärungen zum Gesundheitsschutz), um über den Materialinhalt und die damit verbundenen gesundheitlichen Auswirkungen unserer Produkte zu informieren und so auf den zunehmenden Bedarf an gesünderen Wohnumgebungen zu reagieren. Weitere Informationen findest du auf <https://www.kone.com/en/products-and-services/green-building/lifecycle-impact-assessments/>

ALS EIN KONE-TEAM BEWEGEN WIR ETWAS BEIM BAU NACHHAL- TIGER STÄDTE

DURCH BEREITSTELLUNG DES NACHHALTIGSTEN ANGEBOTS.

Wusstest du schon, dass KONE durch sein innovatives und energieeffizientes Angebot sowie gesunde, funktionale und nachhaltige Materialien energieeffiziente Gebäude unterstützt? Darüber hinaus stellen wir eine transparente Dokumentation zu den Umweltauswirkungen unserer Produkte bereit.

DURCH BEITRÄGE ZU EINER NACHHALTIGEREN ZUKUNFT

Hast du gelesen, was wir für die CO₂-Neutralität unserer Betriebsabläufe tun?

WIR EMPOWERN UNSERE MITARBEITER UND ZIEHEN DIE BESTEN TALENTE AN

Wusstest du schon, dass KONE faire Praktiken bei der Personalbeschaffung berücksichtigt und durch flexible Arrangements und die Unterstützung einer gesunden Work-Life-Balance einzigartige Berufswege ermöglicht?

WIR UNTERSTÜTZEN UNSERE PARTNER UND GEMEINSCHAFTEN AUF IHREM WEG ZUM ERFOLG

Wusstest du schon, dass wir mit ca. 30.000 Lieferanten zusammenarbeiten und uns verpflichtet haben, in unserer Wertschöpfungskette auf positive Wirkungen zu achten?

Erfahren Sie, wie KONE zur wirtschaftlichen Entwicklung der über 60 Länder beiträgt, in denen wir tätig sind.

ERFAHRE MEHR IN UNSEREM AKTUELLEN
NACHHALTIGKEITSBERICHT
AUF [KONE.COM/SUSTAINABILITY](https://www.kone.com/sustainability)

EINE NACHHALTIGE ZUKUNFT FÜR ALLE

HIER FOLGT, WAS UNSERE KOLLEGEN IN ALLER WELT ZU UNSEREM ENGAGEMENT FÜR DIE NACHHALTIGKEIT UND DEREN VERANKERUNG IN ALLEN ASPEKTEN UNSERER ARBEIT ZU SAGEN HABEN.

„Nachhaltigkeit ist in der Tat eine der wichtigsten Herausforderungen, mit denen unsere Gesellschaft konfrontiert ist. Ich bin stolz darauf, für ein Unternehmen zu arbeiten, das dies erkannt hat.“



„KONE kann zeigen, wie man alle Menschen, nicht nur in unserer eigenen Branche, unterrichten, anstoßen und motivieren kann, um für mehr Nachhaltigkeit zu sorgen.“

„Wenn wir alle unseren Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, wird die Welt langfristig zu einem besseren Ort.“



„Auch wenn KONE den Schwerpunkt auf die Entwicklung seines eigenen Angebots und seiner Arbeitsweisen legt, können wir die Klimakrise und den Verlust natürlicher Ressourcen nicht allein bekämpfen. Wir möchten unsere Kunden, Partnern, Lieferanten und deren Lieferanten einladen, sich an dieser Arbeit mit uns zusammen zu beteiligen.“



„Lass uns weiterhin als ein KONE-Team positive Veränderungen für das Wohlergehen unseres Unternehmens und für den nachhaltigen Erfolg mit unseren Kunden voranbringen.“

WIE WÜRD E EIN VIELFÄLTIGERES, GERECHTERES UND INKLUSIVERES KONE AUSSEHEN?

Unsere Unterschiede anzuerkennen und zu nutzen, ist der Schlüssel zur Entfaltung unseres kreativen und innovativen Potenzials. Inklusion ist wichtig, um unsere Kolleginnen und Kollegen in die Lage zu versetzen, ihr gesamtes Können für ihre Arbeit einzubringen und neue Ideen und Konzepte offen und voller Selbstvertrauen weiterzugeben. Nur in einer von Inklusivität geprägten Umgebung kann Diversität gedeihen und echte Gleichberechtigung erreicht werden.

„KONE hat bei Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion bereits große Fortschritte erzielt. Dieses Thema ist mir persönlich sehr wichtig und ich bin stolz darauf, dass KONE so viel Aufmerksamkeit dafür schafft. Wir alle können noch viel mehr für Diversität und ein inklusives, gerechtes Umfeld tun, indem wir uns selbst und den Status Quo ständig in Frage stellen, aufeinander achten, unsere Meinung sagen und niemals aufhören zu lernen.“



MATHEW HARRIS
Global Diversity and Inclusion Specialist

FOTO VON MATHEW HARRIS MIT SEINEM SOHN EZRA



DAS RICHTIGE ZU TUN, BEDEUTET MEHR, ALS NUR REGELN ZU BEFOLGEN. ES GEHT DARUM, DASS WIR UNSER ENGAGEMENT FÜR EHRlichkeit, INTEGRITÄT UND FAIRPLAY AUFRECHTERHALTEN.

Hier findest du unseren Verhaltenskodex und andere wichtige Richtlinien und Anweisungen, die uns dabei anleiten.



HALTE INNE UND DENKE NACH TRIFFST DU HEUTE ETHISCH KORREKTE ENTSCHEIDUNGEN?

NACHHALTIGE ENTWICKLUNG
Entwicklung, die den Bedürfnissen der Gegenwart entspricht, ohne künftigen Generationen die Möglichkeit zu nehmen, sich ihre eigenen Bedürfnisse zu erfüllen.
Quelle: Vereinte Nationen

JEDE TAT ZÄHLT!

UNSERE KOLLEGEN BIETEN IHRE IDEEN FÜR SCHRITTE AN, DIE WIR ALS EINZELNE AUF DEM WEG ZU EINER NACHHALTIGEN ZUKUNFT TUN KÖNNEN.

FOTO VON NICOLE KÖSTER



„Gespräche im Team darüber, wie Nachhaltigkeit in unsere tägliche Arbeit integriert werden kann, etwa bei Veranstaltungen, der Werbung, der Art, wie wir zur Arbeit fahren, oder im Umgang miteinander.“

NICOLE, DEUTSCHLAND

FOTO VON DANIELE CAPRA



„Fange mit kleinen Dingen an: Fahrwegoptimierung, weniger Papier verwenden und die Beleuchtung ausschalten, wenn sie nicht nötig ist.“

DANIELE, ITALIEN

FOTO VON JAMIE HICKS



„Aktiver Einbezug der Nachhaltigkeit in unser Denken und unsere Bewertungen. Sich die Zeit nehmen, die Ziele der Kunden zu verstehen und herauszufinden, wie wir sie dabei unterstützen können.“

JAMIE, GROSSBRITANNIEN

➔ **WAS SIND DEINE NACHHALTIGEN GEWOHNHEITEN? KANNST DU EINIGE DINGE NENNEN, DIE DU JETZT TUN KANNST, UM NACHHALTIGERE GEWOHNHEITEN ANZUNEHMEN?**



FOTO VON NGOC ANH TRAN

„Sich dafür zu entscheiden, unterschiedliche Ansichten anzuhören, die sich von meiner eigenen Meinung unterscheiden, und mein Urteil zurückzuhalten, um wirklich zu erfahren, was die andere Person zu sagen hat.“

NGOC ANH, SINGAPUR



Wir engagieren uns für Kohlenstoffneutralität. Eine unserer wichtigsten Maßnahmen ist der Wechsel zu einer emissionsarmen Fahrzeugflotte.



FOTO VON SVEN HULT

MÖGLICHKEITEN ZUR VERBESSERUNG VON QUALITÄT UND SICHERHEIT ERSCHLIESSEN

„Wir führen Gemba*-Walks in Werken, Büros, an Kundenstandorten und anderen Orten durch, an denen Wertbeiträge für Kunden geleistet werden. Wir nehmen sie dabei mit, um mit ihnen die Realität zu betrachten und zu überlegen, welche Möglichkeiten für kontinuierliche Verbesserungen bestehen, und finden neue Wege zur Unterstützung der Arbeitsteams. Dabei geht es um offene Gespräche und gemeinsame Anstrengungen. So ergeben sich nicht nur Chancen zur Verbesserung von Qualität und Sicherheit, sondern auch zum Aufbau von Beziehungen und für die Arbeit als ein KONE-Team.“

SVEN HULT,
Head of Quality, Modernization, Finland

*GEMBA,
„der richtige Ort“ auf Japanisch,
ist ein im Lean-Practices-
Bereich weit verbreiteter Begriff.

Bisher haben wir
die wichtigsten
Aspekte untersucht,
die für eine Kultur
sorgen, die es uns
ermöglicht, ...

... DEN FLUSS DES STÄDTISCHEN LEB- ENS ZU VERBESSERN.

Es bleibt aber
noch eine
wichtige Frage



WAS MACHT ARBEIT SINNSTIFTEND?

Wir alle suchen nach einem Sinn im Leben. Indem wir zusammenarbeiten, können wir etwas bewegen.

Untersuchungen zeigen: Je mehr wir einander helfen, umso mehr Sinn finden wir in dem, was wir tun. Dies wirkt sich wiederum auf unsere Produktivität, unser Engagement und unser allgemeines Wohlbefinden aus. Tatsächlich kann schon die Tatsache, dass wir mit Kollegen zusammenarbeiten und uns diesen gegenüber dafür dankbar zeigen, deren Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl steigern.

Daher: Mit wem arbeitest du in deiner Funktion zusammen? In welcher Weise bittest du diese Personen um ihre Anmerkungen und Anleitung? Wie offen bist du für ihre Ideen und ihr Feedback? Wie zeigst du deine Anerkennung für die Hilfe, die du erhalten hast? Wertschätzt du bewährte Verfahren und gibst du sie weiter?

Wir alle haben Einfluss darauf, ob und wie andere Sinn in ihrer Arbeit finden. Dies kann ganz einfach damit beginnen, dass wir erhaltene Unterstützung anerkennen und **Danke** sagen.

1

FÜHLST DU DICH BEI DER ARBEIT MITEINBEZOGEN? BEZIEHST DU DEINE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN VOLLSTÄNDIG EIN?

- Ja
- Etwas
- Nein

2

BEHERRSCHST DU DAS OUTSIDE-IN-DENKEN? ERMUNTERST DU ANDERE DAZU, DIES EBENFALLS ZU TUN?

- Ja
- Etwas
- Nein

3

TRIFFST DU TÄGLICH NACHHALTIGE ENTSCHEIDUNGEN? UNTERSTÜTZT DU ANDERE DABEI, NACHHALTIGE GEWOHNHEITEN ANZUNEHMEN?

- Ja
- Etwas
- Nein

4

IST DEINE ARBEIT FÜR DICH UND ANDERE IN DEINER UMGEBUNG INSPIRIEREND?

- Ja
- Etwas
- Nein

GEMEINSAM HÖHER HINAUS

Wenn uns niemand sagt, dass wir idealistisch sind, dann träumen wir wahrscheinlich nicht genug.

Kultur ist nichts, was man einfach so ändern kann. Vielmehr geht es dabei um einen Traum, der durch alles, was wir tagtäglich tun, Wirklichkeit werden kann.

Stellen wir uns also vor, was alles anders werden kann, wenn wir einander wirklich so unterstützen, dass wir alle unser volles Potenzial erreichen.

Stelle dir vor, wir könnten unsere gesamte Kreativität, unsere Neugier und unsere Kenntnisse der Dinge, die in der Welt geschehen, bündeln. Stelle dir vor, welche Fortschritte wir in unserer Branche und zusammen mit unseren Kunden in deren Branchen erzielen könnten.

Stelle dir die positiven Auswirkungen auf die Welt und auf zukünftige Generationen vor, wenn alles, was wir tun, auf nachhaltigen Erfolg ausgerichtet wäre, auf besseren Klimaschutz sowie auf mehr Diversität und Inklusion – zur allseitigen Verbesserung des Lebens in der Stadt.

Naiv? Vielleicht. Erstrebenswert? Auf jeden Fall.

GEMEINSAM KÖNNEN WIR ETWAS BEWEGEN.



Der Erfolg von KONE basiert seit Gründung auf unserer starken Unternehmenskultur und unseren Werten. Durch die Bewältigung von Herausforderungen wird unser Unternehmen immer stärker.

Im Zuge des weiteren Wachstums von KONE spielt jede und jeder Einzelne von uns eine Rolle bei der Weiterentwicklung unseres Unternehmens und der Förderung unserer Kultur.

Durch hervorragende Teamarbeit können wir uns immer wieder neu erfinden, um neue Kundenbeziehungen aufzubauen und in einem sich ständig wandelnden Marktumfeld zu bestehen. Das zeigt uns, wie es weitergeht: Gemeinsam werden wir erfolgreich sein!



HENRIK EHRNRÖOTH,
CEO and President bei KONE



01 / 2022

Dieses Dokument dient ausschließlich der allgemeinen Information. Änderungen des Inhalts bleiben vorbehalten. Keine Aussage in diesem Dokument kann als ausdrückliche oder konkludente Gewährleistung oder Garantie in Bezug auf Produkte, technische Daten oder Verfahren, deren Marktgängigkeit, Eignung für einen bestimmten Zweck oder Qualität oder Ersatz der Bedingungen eines Kaufvertrags ausgelegt werden. Copyright © 2022 KONE Corporation.