

# ELBBLICK

MAGAZIN

ELBBLICK MAGAZIN – dein Stadtmagazin für Hamburg / kostenlos



ILLUSTRATION  
Julius Maxim

SOMMERAUSGABE 2024

40

# » Unternehmens- kultur ist der Wettbewerbsfaktor der Zukunft«

Ein Gastbeitrag von Melanie Döring über die Stärke einer guten Kultur in Unternehmen am Beispiel der KALORIMETA GmbH (KALO). Melanie ist Mitglied des KALO-Managementteams und Bereichsleiterin Personal & Culture-Management.



„Culture eats strategy for breakfast“, diese Worte von Ökonom Peter Drucker zitiere ich gern, denn sie bringen das Wichtigste auf den Punkt. Die klügste Strategie ist wirkungslos, wenn es keine funktionierende Unternehmenskultur gibt. Eine Kultur, die aus Werten besteht, die akzeptiert und gelebt werden. Eine Kultur, in der nicht eine Person allein Entscheidungen trifft, sondern die beste Lösung mit den Expert:innen erarbeitet wird, eine Kultur des echten Miteinanders, des gemeinsamen Lernens. Eine Kultur, in der sowohl die Unternehmensbedürfnisse als auch die Bedürfnisse der Menschen im Zentrum des Handelns stehen. Solch eine Kultur ist ein Gewinn für Mensch und Unternehmen. Mitarbeitende, die sich entfalten können, gesehen und geschätzt werden, arbeiten effizienter und liefern langfristig eine höhere Performance für das Unternehmen. Davon bin ich überzeugt. Zufriedene Mitarbeitende sind zudem die beste Werbung für den Arbeitgeber bei der Suche nach neuen Talenten. Kurz gesagt: Die Unternehmenskultur ist der Wettbewerbsfaktor der Zukunft.

#### TRANSFORMATION

Wir bei KALO befinden uns seit einigen Jahren in einer Transformation. Die Digitalisierung und die erforderliche Energie- wende im Gebäudesektor haben Gesetzgebung und Rahmenbedingungen verändert. Wir passen unsere Angebote an, entwickeln innovative Lösungen und transformieren unsere Prozesse und Arbeitsweisen. Das sehe ich als Chance auf mehreren Ebenen. Zum einen öffnen wir uns neuen Formen der Zusammenarbeit und einem besseren Miteinander, zum anderen schaffen wir neue Geschäftsmodelle, die noch intensiver als bisher auf die Sinnhaftigkeit der Tätigkeit – den Klimaschutz – einzahlen. Die Transformation hat somit nicht nur den Effekt, weiterhin wirtschaftlich erfolgreich zu sein, sondern sie beeinflusst auch positiv unsere Arbeitgeberattraktivität. Das freut mich sehr, denn auch wir suchen stetig nach klugen Köpfen, die zu KALO passen und ihre Expertise bei uns einbringen möchten.

Damit uns die Transformation gelingt, benötigen wir aufgeklärte, motivierte und zukunfts-gewandte Mitarbeitende, die den Weg der Veränderung mitgehen. Daher haben wir frühzeitig begonnen, unser Unternehmen nicht nur auf fachlicher, sondern auch auf kultureller Ebene weiterzuentwickeln. Wir sind hier in den vergangenen Jahren große Schritte gegangen.

#### KULTURWANDEL IM UNTERNEHMENSWANDEL

Ein Meilenstein ist unser Culture-Office, das wir im Jahr 2021 etabliert haben. Im Culture-Office verzahnen wir die Säulen Kultur, Change, Gesundheit und Personalentwicklung. Alles Bereiche, die ineinandergreifen und daher zusammen gedacht werden müssen.

Zur Veranschaulichung unserer Arbeit greife ich die beiden Säulen Kultur und Change heraus. Kultur ist dabei die Basis für eine gelingende Transformation. Ein Höhepunkt unserer Kulturarbeit ist sicherlich unser Wertedialog. Mitarbeitende und Mitglieder des Managements haben gemeinsam Wertepaare entwickelt, die uns als Orientierung für unser Handeln dienen. Im regelmäßigen Austausch von Managementmitgliedern und Mitarbeitenden, in unseren „Lounge-Gesprächen“, reflektieren und diskutieren wir in kleiner Runde, wie gut wir die Werte bereits leben und wo Verbesserungsbedarfe bestehen.





ABBILDUNGEN KALO

Die Säule Change unterstützt unsere Transformation, in dem unsere Change-Expertinnen die Mitarbeitenden durch den Wandel begleiten. Sie bringen neue Methoden, Dialogformate und Skills in unser Unternehmen und fördern Reflexion. Wir bieten dafür Dialogformate unterschiedlicher Größe und Ausgestaltung an. Das „Flurgespräch“ ermöglicht beispielsweise einen offenen Dialog von Mitarbeitenden und Managementteam in großer Runde, beim „Fahrstuhldialog“ werden die Mitarbeitenden in Kleingruppen an verschiedenen Stationen kurz und knapp über den neuesten Stand der Transformationsthemen informiert und im „KALO-Kompakt“ informieren sich die Mitarbeitenden gegenseitig zu einem spezifischen Thema. Und dies sind nur einige Beispiele. Wir leben also den direkten Austausch – offen, transparent und auf Augenhöhe. Wir haben dadurch bereits eine Kultur des Dialoges etablieren können, um stetig voneinander zu lernen und besser zu werden.

### DER MENSCH IM MITTELPUNKT

Eines der wichtigsten Zukunftsthemen der Unternehmen wird immer mehr das People-Management sein. Es ist der Mensch, der im Mittelpunkt steht, der Wandel möglich macht, der Wertschöpfung generiert. Wir haben mit unserem Culture-Office eine Basis geschaffen, den Wandel zu begleiten, Kompetenzen der Zukunft auf- und auszubauen und neue Formen der Zusammenarbeit zu entwickeln, um für unsere Kunden die besten Produkte und Dienstleistungen anbieten zu können. Ich bin fest davon überzeugt, dass Kultur nicht nur bei KALO, sondern auch in anderen Unternehmen diesen Fokus verdient hat und die Zukunft der Arbeitswelt ist.

### ÜBER KALO

KALO ist ein Hamburger Unternehmen und Teil der europaweit agierenden noventic group. Bereits über 70 Jahre ist KALO bundesweit für Wohnungsunternehmen, Immobilienverwaltungen sowie private Eigentümer von Mehrparteienhäusern im Einsatz. Seit einigen Jahren entwickelt sich KALO vom klassischen Messdienstleister zum Partner für die smarte Energiewende in der Wohnimmobilie. Mit intelligenten Produkten und Dienstleistungen werden Wohnungsunternehmen und Bewohnende beim Energiesparen unterstützt. Zum Beispiel, indem KALO individuelle Energie- und Wasserverbräuche der einzelnen Haushalte in Mehrparteienhäusern digital erfasst und regelmäßig sichtbar macht. So können die Bewohnenden ihr Verbrauchsverhalten optimieren und Ressourcen schonen. Darüber hinaus setzt KALO smarte Heizkörperthermostate ein, die den Heizenergieverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emission von Wohngebäuden senken und zugleich den Wohnkomfort erhöhen. Auch die Einbindung von E-Mobilität und Photovoltaik in die Immobilie gehört zum Angebot von KALO. Dabei kann KALO auf das breite Know-how der noventic group zurückgreifen. Das gemeinsame Ziel: Die klimaintelligente Wohnimmobilie.



### INFOS

[www.kalo.de](http://www.kalo.de)

# Mit Sinn. Mit Verstand. Miteinander.

Wertschätzung, Teamgeist und Eigenverantwortung sind nur einige der Werte, die uns auszeichnen. Gemeinsam arbeiten wir an der smarten Energiewende in der Wohnimmobilie. Vielleicht bald mit Dir? #teamKALO

