

01.06.2007 - 14:30 Uhr

Hapimag: Frischer Zugang zu den Unternehmenswerten

Baar (ots) -

Frisch, fundiert, familiär. So beschreibt Hapimag ihre Unternehmenswerte. Als Buch erscheinen nun die Antworten der Mitarbeitenden auf die Frage "Wie setze ich die Kernwerte um?" Die Rezeptionistin in Schweden kommt darin ebenso zu Wort wie der Koch in Österreich, die Kellnerin in der Türkei oder der CEO am Hauptsitz in Baar.

Hapimag ist der grösste europäische Anbieter von Ferienwohnrechten. In 17 verschiedenen Ländern arbeiten 1700 Personen aus dutzenden Nationen für Hapimag. Die Schweizer Aktiengesellschaft versteht sich deshalb als europäisches Unternehmen. Gerade bei der kulturellen und sprachlichen Vielfalt der Hapimag Mitarbeitenden ist die Suche nach den gemeinsamen Werten wichtig. In den drei Begriffen "frisch", "fundiert" und "familiär" wurden sie gefunden. Doch was bedeuten sie konkret und wie setzt man sie am eigenen Arbeitsplatz um?

Die Hapimag Konzernleitung schrieb zu den Kernwerten ihre Assoziationen nieder. Zu "frisch" zum Beispiel offen, innovativ oder erlebnisreich. Zu "fundiert" solide, zuverlässig, qualitätsbewusst, zu "familiär" zu Hause sein, verlässlich oder loyal. Überzeugt davon, dass Werte nicht einfach von oben verordnet werden können, wurde deshalb vor einigen Monaten ein Diskussionsprozess lanciert.

Sicht der Mitarbeitenden in Buchform

Auf die Frage "Wie setze ich die Hapimag Kernwerte an meinem Arbeitsplatz um?" antworteten rund 600 Mitarbeitende in 10 verschiedenen Sprachen. Daraus entstanden ist das Kernwertebuch "Core Values". Die Bandbreite der Antworten zeigt auf, wie vielfältig Hapimag als Unternehmung und Arbeitgeber ist; wie anders die Kellnerin in Bodrum (TK) für sich "frisch" interpretiert als der Chefhaustechniker in Binz (DE) oder der Repräsentant aus Rom. Am Montag, 14. Mai 2007, fand im Hapimag Hauptsitz in Baar die Vernissage zum Buch statt. Jeder Mitarbeitende des Hauptsitzes erhielt sein persönliches Kernwertebuch. Resorts und Aussendienst werden in der nächsten Zeit damit bedient.

Stärkeres Profil durch Reflexion

"Frisch", "fundiert" und "familiär", diese Kernwerte sind bei den Mitarbeitenden des Unternehmens nicht verankert - noch nicht. Ziel soll sein, sie immer wieder mit den drei Begriffen zu konfrontieren und dadurch zum Mit- und Nachdenken anzuregen: Was macht Hapimag aus? Wo liegt der Kern der Unternehmung? Was kann ich an meinem Arbeitsplatz zum Gelingen beitragen?

Dazu sind weitere Massnahmen nötig. Als nächstes werden alle Mitarbeitenden eine persönliche Rückmeldung zu ihrer Interpretation der Kernwerte erhalten. Zudem ist im Herbst ein Event zum Thema geplant. Mit dem erschienenen Buch ist der Startschuss für den Austausch zu und über die Kernwerte bei Hapimag gefallen.

Interessierten Medien stellen wir gerne ein Exemplar des Buchs zu.

Hapimag ist die Nummer 1 im europäischen Markt für Ferienwohnrechte. Das Unternehmen wurde 1963 als Schweizer Aktiengesellschaft mit Sitz in Baar/Kanton Zug gegründet und zählt heute über 139 000 Partner. Mit dem Kauf von Aktien können 55 Ferienresorts mit mehr als 5200 Appartements und Hotelzimmern, gemäss einem Punktesystem, mietfrei genutzt werden. Die Resorts befinden sich in 17 Ländern Europas und in den USA. Das Unternehmen beschäftigt weltweit rund 1700 Mitarbeitende und generiert jährlich einen Umsatz von rund 230 Mio. Franken (2006).

Kontakt:

Hilmar Gernet
Konzernleitung
Kommunikation und Marketing
Hapimag/Havag
Neuhofstrasse 8
6349 Baar
Tel.: +41/41/767'87'35
Fax: +41/41/767'82'47
E-Mail: media.relations@hapimag.com
Bilder: www.hapimag.com (News&Medien > Download > Themen:
Pressebilder)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001038/100535105> abgerufen werden.