**LEITBILD UND WERTE**

Unternehmensverantwortung ist fest in unseren Werten verankert:

**Leistung. Leidenschaft. Integrität. Vielfalt.**

Diese Werte kommen aus der Welt des Sports und Sport ist die Seele des adidas Konzerns. Er ist die Verbindung zwischen unserer Vergangenheit und unserer Gegenwart - und er weist uns den Weg in die Zukunft.

Da alle Mitarbeiter des adidas Konzerns diese Werte verinnerlicht haben, können wir:

* Für Innovation sorgen und weltweit führende Produkte entwickeln
* Gut zusammenarbeiten - über ethnische und regionale Unterschiede hinweg
* Leistung erbringen und eine Führungsposition einnehmen, d.h. überragende Finanzergebnisse und Renditen erzielen und die höchsten Standards der Unternehmensverantwortung in den Gemeinden, in denen wir tätig sind, einhalten.

Die **Werte** helfen uns, Marken zu entwickeln, die unsere Kunden überzeugen, und ein Unternehmen zu schaffen, dem unsere Stakeholder vertrauen können. Unternehmensverantwortung hat viele Facetten und durchdringt alle Bereiche und Aktivitäten des Unternehmens. Für den adidas Konzern bedeutet verantwortliches Handeln:

* Die **Arbeitsbedingungen** in den Fabriken unserer Zulieferer zu verbessern
* Die Umweltauswirkungen sowohl durch unsere eigenen operativen Tätigkeiten als auch in unserer Beschaffungskette zu reduzieren
* Uns um das Wohlergehen und die Entwicklung unserer Mitarbeiter zu kümmern
* Für die Menschen in unseren Standortgemeinden positive Veränderungen herbeizuführen.

Um diese Aspekte der Verantwortung zu einem integralen Bestandteil unserer täglichen Arbeit zu machen, müssen sie in den Aufgaben und Zielen unserer zentralen Konzernfunktionen verankert werden.

Unsere Nachhaltigkeitsprinzipien bilden den operativen Rahmen für die Entwicklung zu einem nachhaltigen Unternehmen und die Grundlage für unsere Missionen in den Bereichen „Social and Environmental Affairs“ (Sozial- und Umweltangelegenheiten), Human Resources Management (Personalwesen) und gesellschaftliches Engagement (,Community Affairs').

Quelle: http://sustainabilityreport.adidas-group.com/de/SER2007/b/b\_1.asp

**Leitlinien**

Wir vom Roten Kreuz sind Teil einer weltweiten Gemeinschaft von Menschen in der internationalen Rotkreuz und Rothalbmondbewegung, die Opfern von Konflikten und Katastrophen sowie anderen hilfsbedürftigen Menschen unterschiedslos Hilfe gewährt, allein nach dem Maß ihrer Not. Im Zeichen der Menschlichkeit setzen wir uns für das Leben, die Gesundheit, das Wohlergehen, den Schutz, das friedliche Zusammenleben und die Würde aller Menschen ein.

**Der hilfebedürftige Mensch**

Wir schützen und helfen dort, wo menschliches Leiden zu verhüten und zu lindern ist.

**Die unparteiliche Hilfeleistung**

Alle Hilfebedürftigen haben den gleichen Anspruch auf Hilfe, ohne Ansehen der Nationalität, der Rasse, der Religion, des Geschlechts, der sozialen Stellung oder der politischen Überzeugung. Wir setzen die verfügbaren Mittel allein nach dem Maß der Not und der Dringlichkeit der Hilfe ein. Unsere freiwillige Hilfeleistung soll die Selbsthilfekräfte der Hilfebedürftigen wiederherstellen.

**Neutral im Zeichen der Menschlichkeit**

Wir sehen uns ausschließlich als Helfer und Anwälte der Hilfebedürftigen und enthalten uns zu jeder Zeit der Teilnahme an politischen, rassischen oder religiösen Auseinandersetzungen. Wir sind jedoch nicht bereit, Unmenschlichkeit hinzunehmen und erheben deshalb, wo geboten, unsere Stimme gegen ihre Ursachen.

**Die Menschen im Roten Kreuz**

Wir können unseren Auftrag nur erfüllen, wenn wir Menschen, insbesondere als unentgeltlich tätige Freiwillige, für unsere Aufgaben gewinnen. Von ihnen wird unsere Arbeit getragen, nämlich von engagierten, fachlich und menschlich qualifizierten, ehrenamtlichen, aber auch von gleichermaßen hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, deren Verhältnis untereinander von Gleichwertigkeit und gegenseitigem Vertrauen gekennzeichnet ist.

**Unsere Leistungen**

Wir bieten alle Leistungen an, die zur Erfüllung unseres Auftrages erforderlich sind. Sie sollen im Umfang und Qualität höchsten Anforderungen genügen. Wir können Aufgaben nur dann übernehmen, wenn fachliches Können und finanzielle Mittel ausreichend vorhanden sind.

**Unsere Stärken**

Wir sind die Nationale Rotkreuzgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Wir treten unter einer weltweit wirksamen gemeinsamen Idee mit einheitlichem Erscheinungsbild und in gleicher Struktur auf. Die föderalistische Struktur unseres Verbandes ermöglicht Beweglichkeit und schnelles koordiniertes Handeln. Doch nur die Bündelung unserer Erfahrungen und die gemeinsame Nutzung unserer personellen und materiellen Mittel sichern unsere Leistungsstärke.

**Das Verhältnis zu anderen**

Zur Erfüllung unserer Aufgaben kooperieren wir mit allen Institutionen und Organisationen aus Staat und Gesellschaft, die uns in Erfüllung der selbstgesteckten Ziele und Aufgaben behilflich oder nützlich sein können und/oder vergleichbare Zielsetzungen haben. Wir bewahren dabei unsere Unabhängigkeit. Wir stellen uns dem Wettbewerb mit anderen, indem wir die Qualität unserer Hilfeleistung, aber auch ihre Wirtschaftlichkeit verbessern.

Quelle: https://www.drk.de/das-drk/auftrag-ziele-aufgaben-und-selbstverstaendnis-des-drk/leitlinien/

**IKEA**

**Vision und Geschäftsidee**

„Einen besseren Alltag für die vielen Menschen schaffen“, das ist die IKEA Vision. Unsere Geschäftsidee lautet: „Ein breites Sortiment formschöner und funktionsgerechter Einrichtungsgegenstände zu Preisen anzubieten, die so günstig sind, dass möglichst viele Menschen sie sich leisten können“.

Wir arbeiten hart daran, unseren Kunden Qualität zu erschwinglichen Preisen zu bieten, indem wir unsere gesamte Wertschöpfungskette optimieren, langfristige Beziehungen zu Lieferanten aufbauen und in hoch automatisierte Produktion und die Herstellung großer Volumen investieren. Unsere Vision geht jedoch auch über das Einrichten an sich hinaus. Wir wollen für alle Menschen, die von unserem Geschäft beeinflusst sind, einen besseren Alltag schaffen.

**DIE IKEA WERTE**

**Mit gutem Beispiel vorangehen**

Unsere Manager handeln auf Grundlage der IKEA Werte und schaffen eine angenehme Atmosphäre, in der sich Menschen wohlfühlen. Dasselbe erwarten sie auch von ihren Mitarbeitern.

**Ständiges Streben nach Erneuerung**

Wir wissen, dass eine Anpassung an die Bedürfnisse unserer Kunden mithilfe innovativer Lösungen zu einem besseren Alltag zu Hause beiträgt.

**Gemeinschaft und Enthusiasmus**

Gemeinsam haben wir die Kraft, auch scheinbar unlösbare Probleme zu lösen. Das machen wir täglich.

**Kostenbewusstsein**

Niedrige Preise sind unmöglich ohne niedrige Kosten. Deswegen sind wir stolz darauf, dass wir mit wenigen Ressourcen gute Ergebnisse erzielen.

**Sich der Realität stellen**

Wir halten uns an praktische Lösungen. Wir entwickeln, verbessern und entscheiden uns auf realistischen Grundlagen.

**Linie anders**

Wir stellen alte Lösungen infrage. Und wenn wir eine bessere Idee haben, sind wir bereit für Veränderungen.

**Demut und Willensstärke**

Wir respektieren einander, unsere Kunden und unsere Lieferanten. Mithilfe unserer Willenskraft erledigen wir unsere Aufgaben.

**Verantwortung übertragen und übernehmen**

Wir fördern Mitarbeiter mit Potenzial und regen sie an, ihre eigenen Erwartungen zu übertreffen.

**Einfachheit**

Bei der Lösung von Problemen, im Umgang mit Menschen oder bei Herausforderungen wählen wir einen einfachen, geradlinigen Weg.

**Immer „auf dem Weg sein“**

Wir überprüfen, was wir heute tun, und fragen, was wir morgen besser machen können. So finden wir neue Ideen und Inspirationen.

Quelle:

<http://www.ikea.com/ms/de_DE/this-is-ikea/about-the-ikea-group/index.html> http://www.ikea.com/ms/de\_CH/the\_ikea\_story/working\_at\_ikea/our\_values.html

**Lufthansa Cargo AG**

Das Qualitätssiegel „Made in Germany“ trägt Lufthansa Cargo täglich in die Welt. Wir stehen an 300 Flughäfen in 100 Ländern für Zuverlässigkeit und Kompetenz, für Innovation und Präzision. Als deutsche Fluggesellschaft wissen wir genau: Der günstigste Anbieter werden wir nie sein. Unser Ziel muss deshalb sein, dass wir uns als uneingeschränkter Qualitätsführer an der Spitze unserer Branche behaupten.

So anspruchsvoll dieses **Ziel** ist: Wir lassen nicht nach im Bemühen, es uns täglich – bei jedem Flug und jeder Sendung – aufs Neue zu erarbeiten. Gelingen kann uns das nur über das Qualitätsverständnis jedes einzelnen Mitarbeiters – und mit einem Qualitätsmanagement, das systematisch und fest im Unternehmen verankert ist.

Jeder Cargo-Lufthanseat weiß, wie er persönlich zu höchster Qualität und einer weiteren Qualitätsverbesserung beitragen kann. Verantwortung für die eigene Arbeit, verbunden mit einer offenen und fördernden Fehlerkultur, ist dafür ebenso wichtige Voraussetzung wie die Fähigkeit einer Organisation, zu lernen und sich ständig weiterzuentwickeln.

In einem hart umkämpften Markt müssen wir wissen, wie gut die eigene **Qualität** im Vergleich zum Wettbewerb ist. Auch der Kunde kann sich nur dann für Qualität entscheiden, wenn er weiß, welcher Anbieter diese gewährleistet. Daher setzen wir uns mit Nachdruck für einheitliche Qualitätsstandards, Transparenz und eine offene Kommunikation ein. Im Rahmen der Initiative Cargo 2000 haben sich zahlreiche Fluggesellschaften und Speditionen zusammengeschlossen, um Qualität über einheitliche Kriterien zu messen und weiterzuentwickeln. Dass Lufthansa Cargo traditionell einen Spitzenplatz unter allen Fracht-Airlines weltweit belegt, ist für uns Bestätigung und Ansporn zugleich. Denn in letzter Konsequenz profitiert von Qualität stets unser wichtigster Partner: der Kunde.

**Karl Ulrich Garnadt**  
*Vorstandsvorsitzender, Lufthansa Cargo AG*

Quelle: http://www.qualitaetsleitbild.de/lufthansa-cargo/