

FIRMENWERTE

1. EHRlichkeit

Wir leben Ehrlichkeit. Unsere Kommunikation und unser Handeln sind ehrlich, in keiner Form wird die Unwahrheit von sich gegeben. Ehrlichkeit ist die Basis eines vertrauensvollen Miteinanders. Dies beinhaltet nicht nur die Ehrlichkeit zu anderen, sondern auch zu sich selbst. Die Ehrlichkeit zu sich selbst ist um einiges schwerer, denn es erfordert Selbstdisziplin, um sich selbst, eigene Macken, Fehler und Defizite einzugestehen und daran zu arbeiten.

„Eine schmerzliche Wahrheit ist besser als eine Lüge.“

(Thomas Mann)

2. ZUVERLÄSSIGKEIT

Wir leben Zuverlässigkeit. Unsere Kunden, Lieferanten und Kollegen können darauf vertrauen, dass wir unser Wort halten (egal ob schriftlich fixiert oder mündlich versprochen), dass wir erledigen, was wir versprechen und man sich auf uns verlassen kann. Versprochenes wird ausgeführt und erfüllt. Es ist uns bewusst, dass die Zuverlässigkeit des einen, die Arbeit und das Handeln des anderen beeinflusst.

„Wer in kleinsten Dingen zuverlässig ist, der ist es auch in den großen.“

(Bibel)

3. VERANTWORTUNG

Wir leben Verantwortung. Wir sind uns der Verantwortung und dem damit übertragenen Vertrauen unseres unternehmerischen Handelns im Umgang mit unseren Kunden, Lieferanten und Kollegen bewusst. Wir verpflichten uns für unser Handeln und unser Unterlassen einzustehen und die Konsequenzen daraus zu übernehmen.

„Verantwortlich ist man nicht nur für das, was man tut, sondern auch für das, was man nicht tut.“

(Laotse)

4. KUNDENORIENTIERUNG

Wir sind kundenorientiert. Der Kunde ist der Mittelpunkt unseres Handelns. Wir möchten das Leben unserer Kunden einfacher machen und bieten elektromechanische Lösungen für bestehende Probleme. Wir wollen unsere Kunden mit unseren Leistungen begeistern.

„Die meisten Dinge, die wir lernen, lernen wir von den Kunden.“

(Charles Lazarus)

5. ERFOLGS- UND ZUKUNFTSORIENTIERT

Wir sind erfolgs- und zukunftsorientiert. Zur weiteren Entwicklung unseres Unternehmens haben wir stets den langfristigen Erfolg im Blick. Wir gestalten gemeinsam mit unserem Kunden innovative Lösungen, behalten dabei jedoch immer auch die Ertragsseite im Blick. Den Total-Cost-Aspekt wissen wir dabei zu beachten.

„Man muss das Unmögliche versuchen, um das Mögliche zu erreichen.“

(Hermann Hesse)

6. FAIRNESS

Wir leben Fairness. Wir betrachten die Fairness in der Zusammenarbeit und den Umgang zwischen allen Menschen, mit denen wir zusammenkommen, als Voraussetzung für den Erfolg. Dabei bekennen wir uns auch der kulturellen Vielfalt, betrachten diese als Zugewinn.

„Nur der Mensch, der wahrhaft mit sich selbst ist, vermag es auch gegenüber anderen zu sein.“

(Graf Karl Christian Ernst von Bentzel-Sternau)

7. ARBEITSWEISE

Wir leben „Mehrwert“. Wir sind stets bemüht dem Kunden einen „Mehrwert“ zu bieten. Dazu interessieren wir uns für die Branche des Kunden und die Endanwendung Ihrer Arbeit, damit wir unseren Kunden bestmögliche Lösungen anbieten können. Wir halten uns präzise an die Kundenerwartung, hinterfragen aber gleichzeitig unklare oder nicht einsichtige Forderungen. Wir verfügen über ein breites Branchenwissen und unsere neuen Erfahrungen und unser Wissen teilen wir proaktiv mit Mitarbeitern und Kunden.

„Werde also nicht müde, deinen Nutzen zu suchen, indem du anderen Nutzen gewährst.“

(Marc Aurel)

8. SORGFALT

Wir leben Sorgfalt. Ein gründliches Vorgehen und umsichtiges Handeln unter Anwendung der „Regeln der Kunst“, sowie nach dem Stand der Technik und den neuesten (u. a. wissenschaftlichen) Erkenntnissen, ist die Basis unserer Arbeit.

„Bedenke, dass du die Sorgfalt eher lernen sollst als die Fertigkeit.“

(Leonardo da Vinci)

9. NACHHALTIGKEIT

Wir leben Nachhaltigkeit. Wir sind uns der Verantwortung unseres unternehmerischen und technischen Handelns bewusst. Dabei beachten wir auch den sorgsamen Umgang mit Energie, Ressourcen und die Sauberkeit der Umwelt.

„Mich interessiert die Zukunft, denn das ist die Zeit, in der ich leben werde.“

(Albert Schweitzer)

10. QUALITÄT

Wir leben Qualität. Wir arbeiten und produzieren gemäß den expliziten und impliziten Forderungen des Kunden. Dabei stehen für uns sowohl die Erfüllung der vereinbarten Spezifikationen, als auch die Erfüllung der Erwartungen und Ziele im Vordergrund.

„Qualität ist kein Zufall, sie ist immer das Ergebnis angestrengten Denkens.“

(John Ruskin)

“A customer is the most important visitor on our premises, he is not dependent on us. We are dependent on him. He is not an interruption in our work. He is the purpose of it. He is not an outsider in our business. He is part of it. We are not doing him a favor by serving him. He is doing us a favor by giving us an opportunity to do so.” (Mahatma Gandhi)