

Pressemitteilung

Hamburg, 03. November 2020

#CDX20 - Culture Development Experience

Gemeinsam Arbeitswelten nachhaltig verändern

Virtuell und doch nah – am 28. Oktober 2020 initiierte die Otto Group die dritte Culture Development Experience #CDX20. Teilgenommen haben rund 170 Personen aus dem Kulturwandel-Kollektiv – ein branchenübergreifendes Netzwerk von Kulturwandler*innen und Change-Manager*innen aus Großunternehmen, Mittelstand, Institutionen und Behörden aus dem DACH-Raum – mit dem erklärten Ziel, sich zu vernetzen, um voneinander zu lernen und gemeinsam den Herausforderungen der digitalen Transformation zu begegnen.

„Mit Formaten wie der #CDX20 leisten wir einen entscheidenden Beitrag zu einer veränderten Arbeitswelt in Deutschland und Europa. Wir müssen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft insgesamt deutlich kollaborativer und transparenter werden, um erfolgreich zu sein. Nur durch diverse Meinungen und Herangehensweisen gelangen wir zu einer holistischen Sichtweise“, erläuterte Alexander Birken, CEO der Otto Group, der das virtuelle Barcamp zusammen mit Tobias Krüger, Bereichsleiter Kulturwandel 4.0 bei der Otto Group, eröffnete. „Indem wir über Disziplinen und Unternehmensgrenzen hinweg Dialoge anstoßen und ins Handeln kommen, geben wir der Zukunft der Arbeit eine neue Mentalität.“

Das Kulturwandel-Team der Otto Group brachte als Anstifter mit der #CDX20 zum dritten Mal in einmaliger Weise Akteure zusammen, die bereitwillig, wettbewerbsunabhängig und auf Augenhöhe über Schwierigkeiten und Hürden bei der Transformation in ihren Organisationen, aber auch über gelungene Veränderungen in der Arbeitswelt berichteten. Die Fähigkeit, sich schnell an Veränderungen anzupassen, neue Kommunikationstools und Arbeitsformen zu lernen, lebt die Otto Group verstärkt, seitdem der Kulturwandel 4.0-Prozess vor fünf Jahren gestartet ist. „Wir haben den Kulturwandelprozess initiiert, um im Zeitalter der Digitalisierung überlebensfähig zu werden. Denn operative Exzellenz geht heute nicht ohne kulturelle Veränderung“, beschrieb Alexander Birken die Motivation für den eingeschlagenen Veränderungsprozess.

Die Strahlkraft des Kulturwandels, der in der Otto Group von Beginn als offener, inhaltlicher Prozess und nicht als Kampagne gestaltet ist, zeigt sich in sichtbaren Veränderungen. Entscheidend ist, dass diese Veränderungsbereitschaft authentisch sein muss, weil eine Organisation sensibel und feinfühlig ist. „Die Menschen spüren, ob man es ernst meint. Wer beim Kulturwandel so tut als ob, fliegt auf und verliert sofort an Glaubwürdigkeit und Authentizität“, appellierte Tobias Krüger.

Eine Plattform für Change geschaffen

Im Barcamp der #CDX20 ging der Austausch auf Augenhöhe weiter. Auch kritische Themen, wie die mit Veränderungen in Unternehmen einhergehenden Ängste oder die Ressourcenfrage für Kulturwandel, konnten in einer offenen und vertrauensvollen Atmosphäre besprochen werden. Für Hauke de Abreu von der Welthungerhilfe, der das erste Mal dabei war, ist dieser offene Austausch ein ganz klarer Mehrwert: „Es gibt so viele tolle Leute und Organisationen, von denen man lernen und sich inspirieren lassen kann und aus deren Erfahrungen wir Rückschlüsse für uns ziehen können. Das Rad muss nicht neu erfunden werden, nur für uns angepasst. Aus meiner Sicht ist die #CDX20 Vernetzung at its best!“

Ein Beispiel für die bereits etablierte Zusammenarbeit über Unternehmensgrenzen hinweg war die Barcamp-Session „Krisen-Retro“ von Stefanie Klarner von Audi und Petra Klink von Siemens Healthineers. Bereits Mitte April trafen sich die Kulturwandler*innen mit anderen Mitgliedern des Kulturwandel-Kollektivs aus anderen Unternehmen, um an einem speziell auf die Krise bezogenen Format der Retrospektive zu arbeiten. Die Ergebnisse teilten sie auf der #CDX20.

Am Ende stand das einstimmige Fazit, dass notwendige Veränderungsprozesse wie ein Kulturwandel, für den es keine Blaupause gibt, nur gemeinsam gestaltet werden können. Mit dem branchenübergreifenden Austausch und der ehrlichen Kommunikation in einem authentischen Netzwerk erfindet die Otto Group kollegiale Beratung neu und fördert das gemeinschaftliche Lernen in der Digitalisierung – und in der Corona-Krise.

Der Film zur CDX20: ["Wir haben den Kulturwandel gestartet, um überlebensfähig zu sein": Kulturwandel-Talk bei der #CDX20](#)



Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 52.000 Mitarbeitern in 30 wesentlichen Unternehmensgruppen und mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2019/20 (29. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 14,3 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 8,1 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. Die besondere Stärke der Gruppe liegt darin, eine breite Präsenz verschiedener Angebote an diverse Zielgruppen in fast allen relevanten Regionen der Welt zu verwirklichen. Eine Vielzahl von strategischen Partnerschaften und Joint Ventures bieten der Otto Group ausgezeichnete Voraussetzungen für Know-how-Transfer und die Nutzung von Synergiepotenzialen. Ein hohes Maß an unternehmerischer Verantwortung und Kollaborationswillen der Konzernunternehmen garantieren zugleich Flexibilität und Kundennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern.

Weitere Informationen zur Otto Group unter www.ottogroup.com.

Pressekontakt:

Gabi Westerteiger, +49 40 6461 5372, gabi.westerteiger@ottogroup.com

Thomas Voigt, +49 40 6461 4010, thomas.voigt@ottogroup.com