

Becoming better
every day – since 1802

+GF+

共创制胜文化

文化系列活动如何支持我们在日常生活中践行新价值观并共同推动 GF 向前发展



栏目

04-06

员工心声



我们的员工将如何体验文化系列活动？本栏目揭示了一些相关内容。

07-09

访谈



集团人力资源总监 Peter Ziswiler（左）和项目经理 Henk Mannen 回答有关文化系列活动的关键问题。

10-11

信息图



文化系列活动如何运作？一张信息图对此进行了解释。

我们的价值观

在瞬息变化的世界，高绩效、团队合作、敏捷性和学习热情是成功的关键。因此，我们定义了新的价值观，并通过文化系列活动将其付诸实践。我们的目标是让所有员工了解并在日常生活中践行我们的价值观。那么：

业绩关乎速度与卓越

如何才能实现？

学习关乎开放的心态

你会做出哪些改变？

员工关怀关乎团队融入

如何制胜？



拓展可能性的极限

亲爱的同事们，

在 GF 的 26 年里，我见证了许多项目的蓬勃发展，这些项目成就了今天的公司。例如，战略、企业倡议或设计思维项目的推行……然而，文化系列活动在我们的历史有着特殊的意义。它从零开始。这一活动关注为我们的员工赋能，让大家推进自己的想法，并成为在工作中每天践行我们价值观的榜样。

GF 的每个人，从我们的生产和物流部门同事到办公室的职员，展现出主人翁精神，并提出自己的想法和抱负。改变现状，抓住更好的机会，追求真正重要的目标。我始终是您的支持者，因为我最重要的任务就是支持您走向成功。

随着我们的 2025 战略和新价值观的推出，我们 GF 想要创造一种“制胜文化”，让我们的员工培养赢家心态。为此，我们必须作为一个团队紧密协作，互相激励，彼此学习，即使事情并不总是朝着正确的方向发展。

本期 Globe 附页所关注的文化系列活动就是要做到这一点：促进合作并拓展可能性的极限——我们齐心协力。让我们每天都变得更好！

Andreas Müller
GF CEO



是什么激励我们发挥最佳表现？

是我们的企业宗旨：

**Becoming
better
everyday –
since 1802**



您将如何体验文化系列活动？

文化系列活动的目标是让每一位员工在日常生活中践行 GF 价值观。世界各地的同事将如何体验价值观和文化系列活动？敬请阅读。

“在 11 月的启动仪式上，我们明确强调，心理安全感是良好学习环境的关键，因为犯错是很正常的。重要的是对自己的想法和工作负责。我希望文化系列活动将成为自下而上的运动——从长远来看，这是推动公司向前发展的强有力工具。我期待着看到更多的同事，也包括我自己，在未来以更有创意和创新精神的方式工作，最重要的是，贡献自己的想法。”

Tom Chung
先进制造销售工程师
GF 加工方案
上海（中国）



“‘黑客松’对我来说是一次独特的经历。这一活动向我展示了：无论职位或职能如何，我们都面临着类似的挑战。讨论会非常开放，交流很顺畅，所有人都充满兴趣，一起寻找解决方案。在我看来，贯彻 GF 新价值观的最佳方式是将它们落实到日常工作中。这将提高我团队的效率，也会激励其他部门的同事。我们之中的‘宣传特工’越多，GF 的价值观就会越活跃、越清晰可见。”

Anca Pascu
助理经理和“宣传特工”
GF 成型方案
阿拉德（罗马尼亚）



“我认为深入发展我们的企业文化是一件很棒的事。在我的日常工作中，我已经可以看到我们的价值观是如何与工作紧密相关。通过倾听和关心我们的客户，了解他们面临的挑战，我每天都在继续成长并学习新的东西。通过分享这些知识，我还可以为我的团队提供附加值并提高我自身的效率。我期望 GF 未来更加注重整个公司的团队合作和知识共享。”

Oliver Vazquez
内部销售代表
GF 管路系统
阿波达卡（墨西哥）





“成为文化系列活动的一部分并为此做出贡献十分鼓舞人心。我和我的团队期待着目前正在计划中即将开展的‘团队演习’。作为‘宣传特工’，我将尽我所能支持我的同事，激励并鼓舞大家。我希望文化系列活动能够支持我们 GF 的所有成员更好地理解我们的新价值观及其对我们的意义，并领会这些价值观对我们每个人来说意味着什么。”

David Beat Iseli
主轴开发工程师和“宣传特工”
GF 加工方案
比尔（瑞士）



“我很高兴成为‘宣传特工’和变革过程的组成部分，这一活动将为整个 GF 在文化上带来深刻转变。从一开始就参与到这样一个项目中无疑令人兴奋并倍感荣幸。我将尽最大努力加强同事之间的凝聚力，找到他们的激情所在，并在此过程中让他们了解项目的最新进展。我的目标是向他们展示我们的行为应当如何根据新的价值观而调整，让他们了解文化系列活动背后的动机。”

Tawanda Lighty
人力资源专员和“宣传特工”
GF 管路系统
伊斯顿（美国）

“我们的文化构成了我们自身。作为项目团队的一员，我学到了很多，尤其是在我第一次参与‘黑客松’期间。我对活动中迸发的能量和创意印象深刻。在一种给予我们安全感并鼓励我们继续发展和不断学习的文化中，我们可以充分发挥自身的潜力。这将会创造驱动 GF 前进的新能源——我期待着体验它。与所有变革一样，让新的行事方法成为一种习惯并且不因挫折而气馁，将是一个挑战。但我坚信：我们能够做到！”

Iris Schlüter
人才管理与
学习主管
GF 成型方案
沙夫豪森（瑞士）



“我们要释放所有员工的潜力”

GF 发起了文化系列活动，让所有 GF 员工在日常生活中都能体会新的价值观。集团人力资源总监 Peter Ziswiler 和文化系列活动项目经理 Henk Mannen 在接受采访时解释了本活动的开展方式。

您们负责推动文化系列活动。新的价值观是如何与本活动联系在一起的？

Henk Mannen: 我们的三种全新价值观经过精心选择，让每位员工都能轻松认同。我也是如此。例如，我特别喜欢“员工关怀关乎团队融入 (Caring is about being part of the team)”这一价值观。它一直是 GF 文化的一部分，无论在哪个事业部或在哪个国家工作。为了真正将新价值观和新文化融入生活，所有员工都必须参与其中。文化系列活动现在就在帮助我们达到这一目标。

Peter Ziswiler: 即使我们的文化已经有了坚实的基础，我们也希望在学习和业绩方面继续发展。我们希望实现 2025 战略目标并实现我们的愿景。但员工对企业文化的要求和想法也会随着时间推移而变化。我们希望在文化系列活动中考虑到这一点。

GF 究竟想要通过文化系列活动达到什么目的？

P. Z.: 我们希望在 全球范围内实现真正的变革并在 GF 建立一种制胜文化。我们是一家必须在世界市场上立足的公司。我们未来的成功取

上图：Peter Ziswiler（左）和 Henk Mannen 在谈论 GF 文化系列活动。

决于我们的员工，而员工每天都在践行着我们的价值观。如果我们想成为一个能够应对市场快速变化的敏锐组织，我们必须对变化持开放态度。这意味着作为 GF 员工也要走出新路并敢于行动。

可是措施也总伴随着风险，不是吗？

P. Z.: 新的想法和方法总是涉及一定的风险，确实如此。当然，也可能发生一些措施没有效果的情况。这种时候，重要的是我们要迅速从错误中吸取教训并互相分享经验。为了让这一切完全正常运作，我们必须有安全感并相信我们将永远都能得到同事和上级的支持。

H. M.: 我同意这个说法。因为员工的满意度也是公司成功的一部分。2020 年，我们进行了一项调查，向世界各地的众多 GF 员工询问了我们当前的文化。这为我们提供了从哪里着手推广新价值观的重要提示。

那么具体是从哪方面开始呢？

H. M.: 调查显示，员工关怀领域已经深入植根于我们的文化中。但是，根据员工们的说法，我们也还是看到了改进的潜力。而在业绩领域，重要的是让每位 GF 员工都可以充分发挥其潜力。在 Peter 刚才提到的学习领域，我们更应该敢于开拓新的方式方法。我个人认为这一领域的潜力最大。我希望我们能不断尝试新事物，从失败中吸取教训并积极地看待尝试和失败。

而说到学习：您是否有从 2021 年的价值观推广活动中学习到什么，并将其融入到了文化系列活动中？

P. Z.: 我们很快发现，仅是关于新价值观的宣传活动远远不够，实际上并不能带来改变。只有通过让我们的员工和经理参与进来，使他们成为新文化的重要榜样和文化系列活动的推动者，才能真正使我们的新价值观和文化扎根。通过这种方式，他们会将我们的价值观带入各级组织。

对于全球 15,000 名员工来说，听起来很有挑战性。这要如何实现呢？

H. M.: 所谓的“宣传特工”是文化系列活动的核心要素。2021 年 11 月，我们组织了首批 75 名“宣传特工”，他们是来自世界各地所有三个事业部的员工。在虚拟的“黑客松”活动中，他们共同讨论了如何以具体行动贯彻这三项价值观。然后，他们在几周内与其团队一起尝试了这些想法。

在 2022 年，还会有什么后续行动吗？

H. M.: 在第一个活动周期之后，我们会看到哪些方法有效，哪些无效。在此基础上，会

有更多的“宣传特工”在他们的团队中开始自己的“演习”。因此，随着时间的推移，会有越来越多的“宣传特工”加入并带来具体的经验。就像滚雪球一样，整个体系会不断发展扩大。

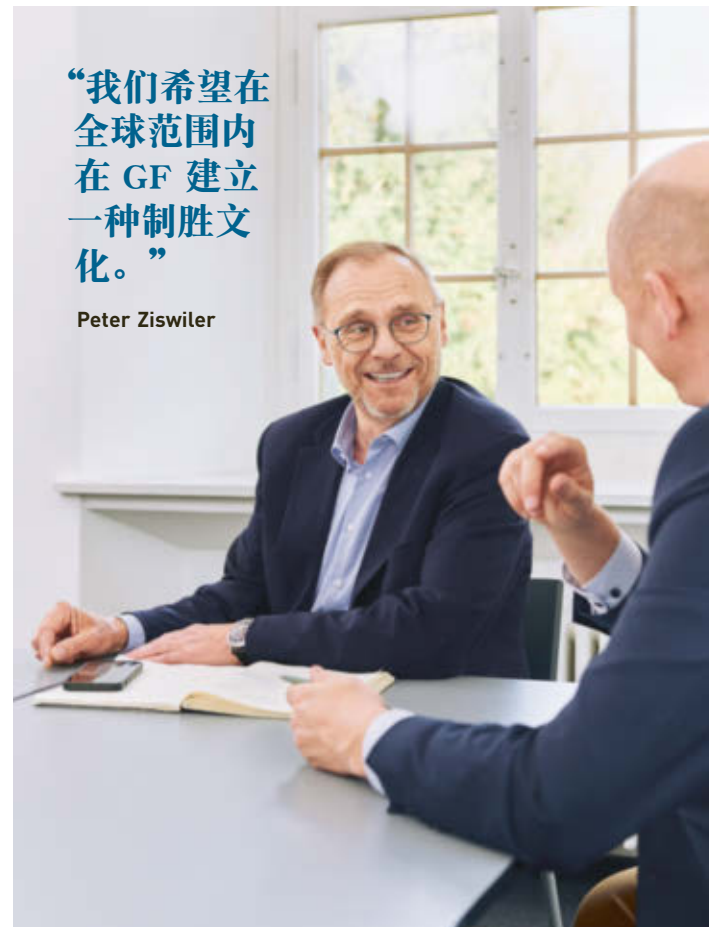
这一过程什么时候结束呢？

P. Z.: 贯彻新价值观和新文化是一个长期的过程。我们谈论的是数年而不仅是几个月。重要的是找到自发开始行动的契机。但我们还有很长的路要走。

H. M.: 单独面谈和问卷调查将展示每位员工对价值观的践行情况。我们还可以继续相应地调整具体规划。在这方面，共同学习并对新想法、概念和方法保持开放态度也很重要。

GF 在世界各地设有生产基地。我们能够在全球范围内传达相同的价值观吗？

P. Z.: 当然，不同的民族文化和行为方式在我们各种各样的社会中发挥着重要作用。但是需



“我们希望在
全球范围内
在 GF 建立
一种制胜文
化。”

Peter Ziswiler



Peter Ziswiler

职位:
集团人力资源
总监
公司:
Georg Fischer AG
所在地:
沙夫豪森（瑞
士）
加入 GF 的时间:
2013



“员工的满意度
也是公司成功的
一部分。”

Henk Mannen

要一定的基本共识才能让大家达成一致。因此，我们刻意没有针对不同地区对价值观进行调整。它们在全球范围内都是统一的。

H. M.: 我们宣布的目标是在所有 GF 生产基地培养“宣传特工”。我们肯定会发现，某些想法在某个生产基地很受欢迎，但在另一个地方则没那么得到青睐。即使基本共识是相同的，价值观存在的方式也可能相异。

那么，员工是否应该以一种让他们感到舒适的方式来践行价值观？

P. Z.: 是的，因为每一种价值观都有与之对应的一整套行为方式。一些同事如今已经在按照这些价值观来生活，而对于另一些人来说，再次清楚地介绍每种价值观背后的思路是非常重要的。以下内容对所有人都适用：我们希望强化和实现一种让员工感到受到重视的文化。文化系列活动旨在释放每一位员工的潜力。

员工如何具体参与到文化系列活动中？

H. M.: 通过申请成为“宣传特工”。但即使不是“宣传特工”或“团队演习”的一部分，也可以在没有正式登记的情况下践行我们的价值观。这事关我们的共同文化，它将我们团结在一起，并为我们所有人而存在。“宣传特工”和文化系列活动只是帮助我们将价值观进一步融入组织。我希望在某个时刻我们将不再需要“宣传特工”，因为每个员工都已吸收并践行了我们的价值观。



Henk Mannen

职位:
文化系列活动项
目经理
公司:
Georg Fischer AG
所在地:
沙夫豪森（瑞
士）
加入 GF 的时间:
2017 年 1 月，
在短暂中断后自
2021 年 6 月以来
重新在任

我们如何将文化系列活动付诸实践

在 GF，我们希望创造一种基于新价值观的制胜文化。为此需要所有员工的参与。基于价值观的文化系列活动是如何产生的？信息图展示了这个过程。

启动

文化系列活动的核心要素是所谓的“宣传特工”：GF 员工与其团队一起将价值观付诸实践。第一轮活动于 2021 年底启动，共有来自全球所有事业部和 GF 生产基地的 75 名“宣传特工”参与。今年，文化系列活动的规模将会更大。

开拓思路

来自不同地区的“宣传特工”在所谓的“黑客松”中会面，并就如何在日常工作中具体体现和树立新价值观共同探寻创意和可能的措施。

在团队中尝试

下一步，所有“宣传特工”都在所谓的“团队演习”中实施黑客松中提出的想法。在数周内，同事们一起尝试哪些方法最能支持他们在日常生活中践行新的价值观。成果将与其他“宣传特工”分享。

学习关乎开放的
心态

业绩关乎速度与卓越

员工关怀关乎团
队融入

共同努力，迈向目标

价值观将所有 GF 员工团结在一起。通过文化系列活动，我们可以知晓如何在日常生活中践行这些价值观，从而将我们的 GF 文化共同发展为一种制胜文化。我们将共庆成功！

系列活动发展壮大

随着时间的推移，越来越多的“宣传特工”与他们的团队一起尝试各种想法。文化系列活动逐渐在 GF 推广开来，越来越多的员工开始接触新的价值观。

词汇表

文化系列活动

通过文化系列活动，GF 希望激励全世界的员工并为其赋能，鼓励大家践行新的价值观。

宣传特工

“宣传特工”通过在自己的团队中进行“演习”并充当榜样来践行价值观，从而推动文化系列活动向前发展。

黑客松

“黑客松”是由“宣传特工”参加的活动，旨在鼓励大家献计献策，以树立和实现新价值观。

团队演习

在团队中尝试具体行为，在日常生活中践行价值观。

更多关于 GF 文化系列活动的信息





“笔耕不辍每一天。”

Johann Conrad Fischer 的人生格言

这句话伴随了 Johann Conrad Fischer (1773-1854) 一生，他在 220 年前为今天的 Georg Fischer 集团奠定了基石。据说罗马作家老普林尼在公元 1 世纪写下了这句话。坚持创作自己的作品，一天也不落下。这句让 Johann Conrad Fischer 着迷的话即使现在仍然具有现实意义——毕竟，“**Becoming better every day – since 1802**” 是我们 GF 今天的企业宗旨。

更多关于 GF 文化系列活动的信息



出版方
Georg Fischer AG
Beat Römer,
集团公关部
Amsler-Laffon-Str. 9
CH-8201 沙夫豪森
电话: +41 (0) 52 631 1111
globe@georgfischer.com

项目团队
Marta Falconi (主编)、
Lena Koehnen (项目负责人)、
Carsten Glose (集团编辑)、

Susanne Düggelin
(GF 管路系统编辑)、
Klara Kaever
(GF 成型方案编辑)、
Johanna Lüder
(GF 加工方案编辑)

执行
Axel Springer Corporate Solutions
GmbH & Co.KG
Nicole Langenheim (项目管理)、
Anika Berger、Helena Rosengrün
(编辑)、

Lisa Moder、Valentin Bünsow
(艺术总监)、
Lydia Hesse (图片编辑)

中文版印刷
DE Druck Europa GmbH

其他版本印刷
optimal media GmbH

图片说明
封面: Nik Hunger; 页码 2-3: Cosmin Cimil、Julius Hatt、Jörg Block、

GF PR; 页码 4-6: GF PR、Cosmin Cimil、privat (3)、Matt Smith; 页码 7-9: Julius Hatt; 页码 10-11: Jörg Block; 页码 12: 铁器图书馆基金会



绿色印刷产品