

entreprenör

Pris 59:-

En tidning från Svenskt Näringsliv

nr 11 • 2003



Staffan Preutz,
glasögonentreprenör

Med blick
för export



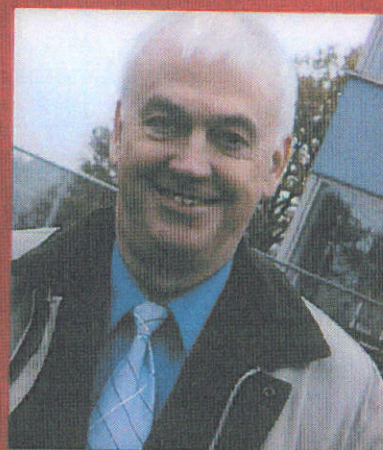
De bygger en stark
företagskultur

Kärnvärden
styr Dipart

Småföretag bygger förtroende

"Förtroendet för näringslivet måste stärkas efter alla negativa affärer", säger Hogias grundare Bert-Inge Hogsved. De ägarledda företagen bör kliva fram i rampljuset", menar han och vill se en småföretagare som nästa ordförande för Svenskt

Näringsliv. SID 7 OCH SIDORNA 38-42



Bert-Inge Hogsved, Hogias grundare, vill se en tydlig signal om ägarnas betydelse.



Låglönesatsning från LO

av landstingskrisen



Entreprenörer hotas



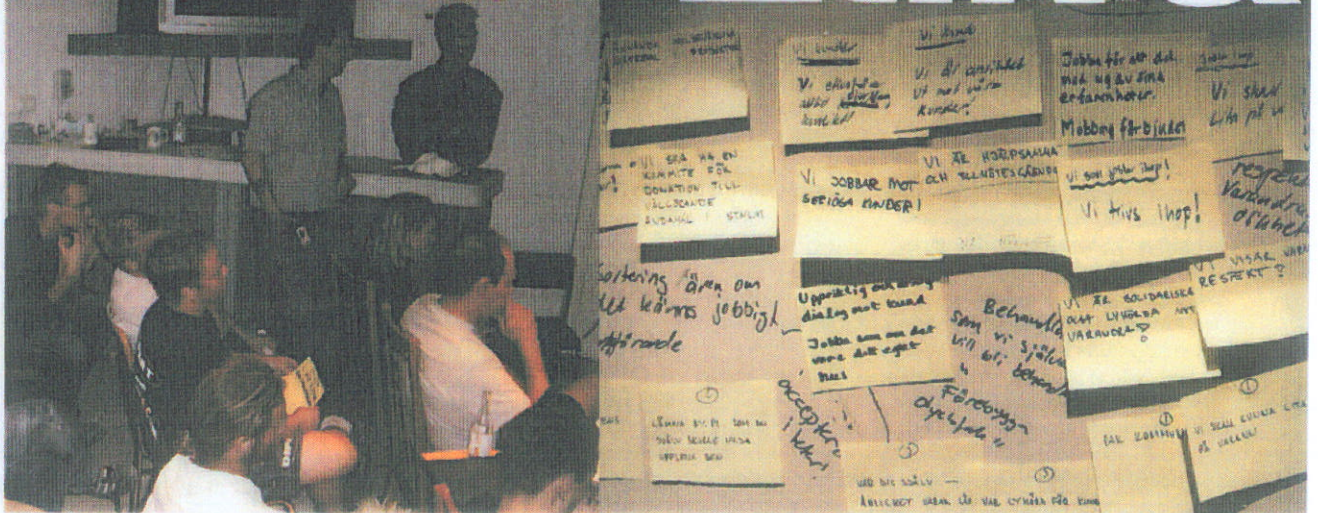
Tillväxtdoktorn om svartjobben

"Entrepreneur of the Year" - vinnaren utsedd!

SVENSKT NÄRINGSLIV
Svenskt Näringsliv



För byggföretaget Dipart i Nacka utanför Stockholm har de intensiva diskussionerna om värderingar vuxit fram som ett viktigt styrinstrument. Inför alla typer av beslut. "Vad betyder det att vi jobbar med företagets logga på alla kläder? Varför ska våra bilar alltid vara rena? Hur bemöter vi kunderna?"





För Jens, Mats, Thomas, Richard, Ulf och 25-talet medarbetare har deras företag en uppgift som är vida större än att vara lönsamt och betala bra löner. De ser på sig själva och sitt byggföretag, Dipart, som samhällsbyggare.

Siktet är inställt på 2010. Till dess ska Dipart ha fyrdubblat storleken och tredubblat lönsamheten jämfört med 2003. Vägen dit går via medarbetarnas engagemang, delaktighet och arbetsglädje.

"Vi bygger Dipart från grunden. Det är våra gemensamma värderingar som ger oss kraften", säger Jens Hoffmann, vd i Dipart Entreprenad AB.

Det är onsdagskväll i mitten av

Det finns en gemensam vilja att Dipart ska agera långsiktigt och att man ska förstärka förmågan att skapa förtroende hos kunder och i samhället för en bransch som pressas hårt. Det är inte bara konjunkturen som håller emot utan även konkurrensen från företaget som jobbar mindre seriöst.

För Dipart har arbetet på att stärka sin egen företagskultur blivit ett verkingsfullt motmedel mot de destruktiva inslagen i

somras, genomfördes gruppdiskussioner om värderingar, samhällssyn, etik och professionella ambitioner. Det är resultatet av dessa diskussioner som sedan redigerades in under fem rubriker: "Vårt samhälle", "Våra kunder", "Vår ekonomi", "Vi som jobbar ihop" och "Vi är byggproffs".

Det är dessa gemensamma värderingar, Diparts kärnvärden, som ska vara måttstocken vid beslut i stort och smått.

Denna onsdagskväll, 15:e oktober, fördjupas diskussionerna om formuleringarna. Mats Hoffmann, Dipart Konsult, håller i trådarna. Vad betyder "Vi är byggproffs" i praktiken för bygglaget som arbetar med balkongrenoveringen i Sollentuna? Har vi varit tillräckligt kreativa? Tog vi nya grepp? Är vi så stolta över jobbet, över hur vi uppträdde mot varandra och mot kunderna? "Är det något vi ska lägga till? Är det något som ska bort?" frågar Mats. Efter en ytterligare remissrunda på företaget är kärnvärdena mogna att klubbas.

Allt rapporteras nogsamt av den egna lilla veckotidningen Dipart Weekly, upplaga 50 exemplar, som sprids till samtliga anställda. "Redaktör'n" är mytisk. Ingen – och alla – vet vem det är som skriver. Att fotografen är Jens Hoffmann kan var och en lätt konstatera. Men den egna tidningen har blivit viktig för snabb och lätt information men fungerar också som arbetsschema. På baksidan står det vad var och en gör under veckan och på vilken av de sju-åtta byggarbetsplatser runt om i Stockholmsregionen.

Jens Hoffmann, Jonte Nordenberg, Joakim Karlsson, Mats Hoffmann (stående) Patrik Stenfelt, Juha Oravala och Niklas Nettelbladt håller möte om kvalitetsprogrammet i en byggbod.

affärer

– så snickrar Dipart AB på sin företagskultur

oktober och kvartalsmöte för samtliga medarbetare i bygg och entreprenadföretaget Dipart AB i Nacka. Thomas Frankborn, försäljningsansvarig, beskriver orderläget. Det är fullt ett bra stycke in på våren och bättre än förra året.

Men först och främst på agendan – en fördjupad, gemensam diskussion om vad företaget står för, rollen i samhället, betydelsen för kunderna och den egna proffsheten.

branschen.

Dipart har en vision för sitt företag som en allt lönsammare aktör i ett samhälle som premierar kvalitet och en innovativ företagskultur:

"Men en stark positiv företagskultur sträcker sig också utåt", säger Jens Hoffmann. "Vi ska också ha en kultur som gör att vi på ett handfast sätt gör saker för de utsatta i samhället."

Under förra kvartalsmötet, i