

Erfolgreich kommunizieren im Unternehmen

Mehr Vertrauen schaffen und Unternehmensentwicklung stabilisieren

Betriebe geben viel Geld für zielorientierte externe Kommunikation aus, doch intern kommen Informationen oft nicht, falsch, zu früh, zu spät oder beim falschen Empfänger an. Da ist es nicht verwunderlich, dass in den meisten Mitarbeiterumfragen als Ergebnis steht: „Wir werden nicht ausreichend informiert“ oder „die Kommunikation funktioniert hier nicht“.

Die Folgen für Kunden, Projekte und für die Motivation sind oft fatal. Ein professionelles internes Kommunikationskonzept hilft, Vertrauen in die Führung aufzubauen und den Mitarbeitern das Gefühl zu vermitteln, sie werden wertgeschätzt. Apropos Wertschätzung - der zweite Faktor, der in Umfragen häufig schlecht abschneidet. Und ein Wert, der gerade von den Millennials (Generation Y) ganz oben auf der Wunschliste für zukünftige Arbeitgeber steht. Wie geht es besser? Best Practices zeigen: Im Idealfall wird das Unternehmensleitbild durch die interne Kommunikation lebendig.

Auch bei einer internen Kommunikation gelten die Gesetze von guter Kommunikation.

Hier die fünf häufigsten Fehler in der internen Kommunikation:

1. Konzept und Ziele fehlen

Mangelnde konzeptionelle Vorgehensweise und nicht einbinden in die Unternehmensstrategie: Welche Visionen, welche Werte, welche Ziele haben wir und wie bringen wir diese in die Kommunikation ein? Und: Was wollen wir mit interner Kommunikation erreichen? Ein Konzept ist wie eine Leitplanke - es leitet und lässt einem nicht vom Weg abkommen.

2. Zielgruppen werden nicht definiert

Das Gießkannenprinzip funktioniert auch hier nicht:



Foto: IMEV

Für wen ist welche Information wann wichtig und notwendig? Wer sind überhaupt meine Zielgruppen? Definieren - dann vergisst man auch keinen!

3. Falsche oder zu viele Kommunikationsinstrumente

Viel hilft viel funktioniert nicht. Lieber ein paar wenige, zum Unternehmen und zur jeweiligen Zielgruppe passende (!) Medien sowie gut gemachte Print- und Online-Instrumente nutzen.

4. Fehlende Emotionalität

Storytelling, Bildsprache, emotionales Marketing, Neuro-Marketing - extern etabliert, intern soll der lieblose Schwarz-Weiß-Druck zu mehr Bindung und Begeisterung führen? Ein paar Euro, ein bisschen Herzblut mehr und die Botschaften und Informationen können wirken und das gesetzte Ziel erreichen.

5. Falsche (An-)Sprache

Wann ist eine sachliche Information sinnvoll und notwendig, wann darf es etwas lockerer sein, wie spreche ich mit Azubis? Wie gehe ich mit schwierigen Themen um? Holen Sie die unterschiedlichen Zielgruppen im Unternehmen so ab, dass Ihre Botschaften ankommen und akzeptiert werden.

Die zwei häufigsten Ausreden der Unternehmen für unzureichende Kommunikation sind übrigens: keine Kapazität und zu wenig Budget. Gute Kommunikation einmal etabliert spart Zeit und Kosten - auch die nicht offensichtlichen, die durch demotivierte Mitarbeiter entstehen.

Letztendlich sollten wichtige Themen nicht durch Gerüchte, Tratsch und Klatsch in der Kaffeeküche verbreitete und verfälscht werden - im Interesse einer stabilen Unternehmensentwicklung mit engagierten und motivierten Mitarbeitern.

Karin Bacher

www.ihk24.de