

Dreamteam oder Double Trouble?

KMU-KOMMUNIKATIONSVERBUND Unternehmer:innen sind die Hauptakteur:innen ihrer eigenen Erfolgsgeschichte. Sie sind das Gesicht und das Herz ihres Unternehmens. Sie sprechen mit allen, die wichtig sind. Authentisch, stark, klar und immer persönlich. Sie können zwei Dinge besonders gut: machen und sagen. Brauchen sie da noch Kommunikationsmanager:innen?

AUTOREN STEFAN EGGENBERGER & STEFAN VOGLER



STEFANUNDSTEFAN PODCASTS KOMMUNIKATION

Kennen Sie die Podcasts von Stefan Eggenberger und Stefan Vogler zu unterschiedlichsten Kommunikations-Themen wie CEO-Kommunikation, Fake News, Bullshit-Kommunikation, Purpose Overkill, Employer Branding, Shitstorms und Boykotte, Kostendruck, Nightmare AI und Blablabla oder Wertschöpfung?.

WWW.FH-HWZ.CH/PODCAST



«YOU'LL NEVER ROW ALONE»



Die HWZ befindet sich im Gebäude Sihlhof an der Europaallee, direkt am HB Zürich.

HEUTE LERNEN, MORGEN ANWENDEN

DIE KOMMUNIKATIONS-STUDIENGÄNGE AN DER HWZ HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT ZÜRICH

- CAS Unternehmensführung HWZ
- CAS Strategisches Kommunikationsmanagement HWZ
- CAS Corporate Communications HWZ
- CAS Marketing Communications HWZ
- CAS Media Planning HWZ

Information und Anmeldung:

WWW.FH-HWZ.CH/THEMA/KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION IST CHEFSACHE, NICHT WAHR?

Mit Stimme und Charisma andere rocken

Ja, weil Unternehmer:innen die Vision und Werte ihres Unternehmens verkörpern und verkaufen. Ihr Vorbild begeistert und reisst mit. Und wird durch gute Kommunikation verstärkt. Unternehmer:innen sind die Stimmen und Gesichter ihrer Unternehmen. Deshalb müssen sie Persönlichkeit zeigen, eine Meinung haben und greifbar sein.

Das Beste aus Teams herausholen

Wer bestimmt den Kurs und sichert die Zukunft des Unternehmens? Die Unternehmer:innen, die Kultur, Leistung und Erfolg vereinen und fördern. Dafür ist ein erfolgreicher Austausch mit allen Beteiligten unerlässlich. Mit ihrer schnel-

len und klaren Kommunikation geben Unternehmer:innen den Takt vor für eine Kommunikation, die Sinn macht und Werte schafft.

Führen durch das Wort

Unternehmer:innen haben keine Lust auf Blockaden, Missverständnisse, Gleichgültigkeit und schlechte Leistungen. Ihre klare, verständliche und wertschätzende, aber auch fordernde Kommunikation schafft Vertrauen, Interesse und Begeisterung bei den Mitarbeiter:innen. Und hilft, die Motivation aller zu steigern.

Alle gehen ihren Weg, aber mit gemeinsamen Zielen

Unternehmer:innen sind aber nicht allein, sie brauchen Mitstreiter:innen. Als Teil eines starken Teams wollen sie funktionierende und fließende Interaktionen auf allen Ebenen und mit allen Gruppen. Eine Monopolisierung der Kommunikation ist nicht zielführend. Rechtzeitige, simultane und synchronisierte Kommunikation macht den Unterschied.

Vielfalt fördern, Vielfalt nutzen

Unternehmer:innen sind neugierig und lernfähig. Sie holen sich überall Tipps und Ideen von Profis. Sie fragen nach, bringen sich ein und machen Neues. Dazu braucht es eine Dialogkultur. Dar ·

Darwin lässt grüssen

Unternehmer:innen denken und handeln dynamisch. Sie verbessern Produkte und Prozesse, stellen sich auf neue Herausforderungen ein und gehen agil mit Veränderungen um. Schlechte, starre oder träge Kommunikation hilft dabei nicht.

You'll never walk alone

Kommunikation ist Chefsache. Und gleichzeitig die Verantwortung aller. Unternehmer:innen als oberste Markbotschafter:innen und Integrationsfiguren müssen kommunizieren, was sie tun und warum sie es tun. Und zwar mit allen Mitarbeiter:innen und auf allen Kanälen. Es geht darum, Chefkommunikation mit integrierter, d. h. ganzheitlich geplanter, kooperativ orchestrierter und widerspruchsfreier Unternehmenskommunikation zu verbinden. Dazu können und sollen die Kommunikationsverantwortlichen viel beitragen. Damit Unternehmer:innen Zeit sparen und sich auf andere Schlüsselaufgaben konzentrieren können.

GEMEINSAM STATT EINSAM ...

Unternehmer:innen brauchen Kommunikationsexpert:innen. Nicht fürs Schönreden, Image-Facelifting oder Window-Dressing. Sondern für klare Wertschöpfungsbeiträge durch Identität, Image, Reputation und Marke. Aber engagierte Unternehmer:innen und versierte Kommunikationsprofis sind nicht automatisch ein schlagkräftiges Team.

AUF DIE PASSUNG KOMMT ES AN ...

Unternehmer:innen sind starke Persönlichkeiten mit Ecken und Kanten. Zögerliche und verschlossene Kommunikationsprofis haben da keine Chance. Oder sie werden nur als Befehlsempfänger gesehen und behandelt. Im Idealfall haben die Kommunikationsprofis auch Persönlichkeit, Charakter und Integrität und sind respektierte Sparringspartner:innen, Berater:innen, Strateg:innen, Kommunikationsmanager:innen und Multiplikator:innen. Nur so sind trag- und belastungsfähige, engagierte,

zukunfts- und ergebnisorientierte Partnerschaften möglich und die Kommunikation ein echter Beitrag an den Unternehmenserfolg.

... UND DIE HALTUNG IST MATCH-ENTSCHEIDEND

Professionalisierung und Erfolg der KMU-Kommunikation hängen davon ab, wie die Unternehmer:innen und die Kommunikationsleiter:innen eingestellt sind.

AN DER EIGENEN NASE NEHMEN

Die Kommunikationsverantwortlichen müssen ihre Kommunikationsstrategie an das Geschäftsmodell und die Unternehmensstrategie anpassen und den Erfolgsbeitrag der Kommunikation nachweisen. Sie müssen die Kommunikation auch ohne konkrete Anlässe wie neue Produkte, neue Kunden, neue Märkte oder Neuausrichtung des Unternehmens weiterentwickeln.

GÜNSTIGE VORAUSSETZUNGEN SCHAFFEN

Unternehmer:innen sehen die Unternehmenskommunikation als Werttreiber und wollen eine Unterstützung bei der Umsetzung der Unternehmensstrategien. Sie sind vor allem auf Märkte und Kunden fokussiert, wissen aber auch, wie wichtig eine gute Unternehmenskultur und eine hohe Mitarbeitermotivation für den Erfolg sind. Und sie erwarten sich dafür einen stabilisierenden Beitrag der internen Kommunikation.

FINDE DIE RICHTIGEN

Mit diesen Fragen kommen Unternehmer:innen beim Passungscheck mit ihren Kommunikationsverantwortlichen einen entscheidenden Schritt weiter:

1. Wie werden Sie mir widersprechen und wie wollen Sie als aktivierender Advocatus Diaboli auftreten?
2. Was heisst für Sie und Ihren Bereich unternehmerisch denken und handeln?
3. Wie werden Sie den Erfolgsbeitrag der Kommunikation sicht- und messbar machen?

4. Wie werden Sie Ihre Kommunikationsanstrengungen auf unser Geschäftsmodell und unsere Unternehmensstrategie ausrichten?

5. Wie schätzen Sie Ihre Parkettfähigkeit ein? Und wie gut können Sie komplizierte oder komplexe Sachverhalte auf allen Ebenen einfach und verständlich erklären?

6. Wie suchen Sie aktiv die Zusammenarbeit mit Schlüsselfunktionen wie Marketing und Personal?

7. Auf was fokussieren Sie sich lieber: Auf Probleme, Prozesse oder Lösungen?

8. Wie gut gehen Sie mit Widerstand um?

9. Wie werden Sie sich für unser Kerngeschäft, Märkte und Produkte interessieren? Wie wollen Sie bei uns angemessen etwas Stallgeruch annehmen?

10. Wie wollen Sie die Welten der «Blue Collar und White Collar Workers» verbinden?

SCHLUSSAPPELL

Gemeinsamkeit macht den Unterschied, Gemeinsamkeit schafft Ergebnisse. Unternehmer:innen und Kommunikationsprofis konzentrieren sich im Verbund auf die Wertschöpfung ihres Unternehmens und kommunizieren dessen Werteorientierung glaubwürdig und überzeugend gegenüber allen relevanten Stakeholdern.

WWW.FH-HWZ.CH

DIE AUTOREN



Stefan Eggenberger (rechts) leitet das Center for Communications HWZ, ist Studiengangleiter, Dozent und Unternehmensberater. Stefan Vogler ist Studiengangleiter und Dozent an der HWZ, Marken-, Marketing- und Kommunikationsberater sowie als Verwaltungsrat und Sparringspartner tätig.

«FÜHREN DURCH DAS WORT»