

## Marketing

# Ein Unternehmen. Ein Ziel?! Ziehen alle Ihre Mitarbeiter in eine Richtung? Leitbild, Leitfaden... alles über interne Kommunikation

Ein Unternehmen ist immer nur so gut wie seine Mitarbeiter. Diese können ihr volles Potenzial jedoch nur abrufen, wenn sie von klaren Zielen geleitet werden und die interne Kommunikation transparent und reibungslos verläuft. Im Unternehmensalltag fehlen jedoch häufig Ruhe und auch der unvoreingenommene Blick, um Störungen zu identifizieren und entsprechende Lösungen zu entwickeln. Externe Beratung kann daher gerade in der Mitarbeiterorganisation eine gute Investition sein, findet Kay Stolp, Geschäftsführer der Marketing-Gesellschaft STOLPUNDFRIENDS aus Osnabrück.



Ein Leitbild schwört die Mitarbeiter auf ein gemeinsames Ziel ein – sodass alle an einem Strang ziehen können; alle Darstellung stolpundfriends

„Die ehemals gemeinnützigen Wohnungsunternehmen bieten Wohnraum zu fairen Preisen und berücksichtigen auch darüber hinausgehende Bedürfnisse ihrer Nutzer. Was für Mieter, Kunden und Mitglieder gilt, sollte erst recht für die eigenen Mitarbeiter gelten. Diese sind schließlich das Herz eines jeden Unternehmens. Sie setzen Projekte erfolgreich um und sichern die Qualität der Dienstleistungen. Maßnahmen, um Kompetenz und Motivation der Mitarbeiter zu stärken, können auf drei Ebenen ansetzen:

**Mitarbeiter sind das Herz eines jeden Unternehmens**

## Unternehmensebene: Leitbild als roter Faden

Auf der Unternehmensebene geht es um die Entwicklung der Corporate Identity, wozu die Entwicklung eines Leitbildes wichtige Impulse setzen kann. Das Leitbild bündelt Werte, Normen und Grundprinzipien des Unternehmens in wenigen, klaren Sätzen. Die Aussagen rufen allen Mitarbeitern das gemeinsame Ziel immer wieder vor Augen, sodass alle zielgerichtet an einem Strang ziehen können.



Seit über 20 Jahren ein verlässlicher Partner für nachhaltige Wohnungsunternehmen – Kay Stolp weiß um die Bedeutung guter Mitarbeiterkommunikation.

Workshops haben zudem besonders auf die Teilnehmer einen motivierenden Effekt: Die Reflexion über die Werte des eigenen Unternehmens führt dazu, dass sie auch ihre eigene Tätigkeit aus einer neuen Perspektive sehen, sodass sie sich stärker als zuvor als „Teil eines Ganzen“ begreifen. Im Idealfall bewirkt das im Zusammenspiel mit dem Leitbild selbst die Ausbreitung einer stärkeren Identifikation mit dem Unternehmen. Insbesondere den ehemals gemeinnützigen Wohnungsunternehmen kann ich nur empfehlen, diese Chance zu nutzen. Schließlich hat sich in den vergangenen Jahren herausgestellt, dass die Werte, für die diese Unternehmen stehen, keineswegs veraltet sind. Klug formuliert und konsequent nach innen und außen kommuniziert, kann ein Leitbild die Wahrnehmung des Unternehmens aus Sicht der Mitarbeiter und Kunden nachhaltig verändern.

Werte der ehemals gemeinnützigen Wohnungsunternehmen sind keineswegs veraltet

## Abteilungsebene: Leitfäden minimieren Unsicherheit

Was Leitbilder im Großen, sind Leitfäden im Kleinen – auf der Abteilungsebene. Ein Vermietungsleitfaden etwa, mit klaren Regeln für die Kundenansprache, hilft, die Beratungsqualität für (potenzielle) Kunden zu sichern und nimmt den Mitarbeitern die Unsicherheit in schwierigen Fragen, was zu höherer Arbeitszufriedenheit – und besseren Vertriebsergebnissen – führt. Zudem fällt es neuen Mitarbeitern leichter, sich in ihren Aufgaben zu orientieren, sodass Reibungsverluste vermieden werden.

In manchen ehemals gemeinnützigen Wohnungsunternehmen werden Interessenten für Mietwohnungen immer noch als „Bewerber“ angesprochen, ungeachtet eines Wohnungsmarktes, der vielerorts die Anbieter in die Bewerberposition drängt. Die Image prägende Wirkung solch verkrusteter Kommunikationsstandards ist nicht zu unterschätzen. Ein Beratungsimpuls von außen, wiederum in Form von Workshops, kann dabei helfen, veraltete Handlungsmuster aufzudecken und zu modernisieren.

Klaren Regeln für die Kundenansprache, hilft, die Beratungsqualität für (potenzielle) Kunden zu sichern und nimmt den Mitarbeitern die Unsicherheit

## Individuelle Ebene: Fragen Sie doch einfach mal nach!

Auf der Ebene der einzelnen Mitarbeiter ist es weitaus schwieriger, Probleme zu identifizieren. Insbesondere in größeren Unternehmen, wo die Dienstwege lang sind und Rückmeldungen der Mitarbeiter die Führungsetage häufig nach dem Prinzip der stillen Post erreichen. In diesem Falle sind Mitarbeiterbefragungen ein probates Mittel, um akuten oder potenziellen Problemen auf den Grund zu gehen und darauf aufbauend zielführende Lösungen zu entwickeln.

Hinzu kommt, dass Sie Mitarbeitern durch die Befragung Wertschätzung und Anerkennung, signalisieren, was die Arbeitszufriedenheit steigert. Befragungen sind Instrumente aus dem Beschwerdemanagement. Die meisten Wohnungsunternehmen verfügen in diesem Bereich häufig bereits über hochprofessionelle Strukturen. Es liegt nahe, diese auch auf die Mitarbeiter auszuweiten, wobei wiederum ein externer Dienstleister helfen kann, die Betriebsblindheit bei der Konzeption der Befragung und der Einleitung von Maßnahmen zu umgehen. Drei Ansätze, ein Ziel: zufriedene, motivierte Mitarbeiter, die an einem Strang ziehen. Die besten Ergebnisse werden Sie erzielen, wenn Sie die Maßnahmen in ein stimmiges Gesamtkonzept integrieren, sodass ein Rädchen ins andere greift. Dann können Sie mit relativ geringem Einsatz erstaunliche Potenziale bei einzelnen Mitarbeitern freisetzen.“

Wertschätzung und Anerkennung signalisieren, was die Arbeitszufriedenheit steigert

Kay Stolp

**III KUNSTWERK  
CARLSHÜTTE**

graphic  
object  
sculpture

painting  
drawing  
installation  
experiment  
literature

music  
video  
photo  
film

# Nord Art 2013

**08. 06. – 06. 10. 2013**

**[www.kunstwerk-carlshuette.de](http://www.kunstwerk-carlshuette.de)**