

Kommunikation schafft Realität!

Kommunikation im Unternehmen hat neue Gesichter. Das eine Gesicht blickt nach innen, das andere nach aussen. Das eine spricht, das andere schweigt. Und beide leben vom Ziel, die Welt zu gestalten und gleichsam zu reifen. Am Anfang steht das Wort ...



Dr. phil.
Sonja A. Buholzer, M.A.

ist promovierte Philosophin mit Management-Weiterbildung Universität Zürich und Inhaberin der 1994 gegründeten Zürcher Wirtschafts- und Managementberatung VESTALIA VISION (www.vestalia.ch).

Dr. Sonja A. Buholzer ist persönliche Beraterin von Führungskräften der Wirtschaft und Politik, gefragte Wirtschaftsreferentin und Bestsellerautorin. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Fragen der Führung, Kommunikation und Ethik. Ihr neuestes Buch erschien im Winter 2004 (Solange du liebst. Botschaften einer Rebellin) – ein Werk auch für Führungskräfte zu Ethik und Menschlichkeit im Management.

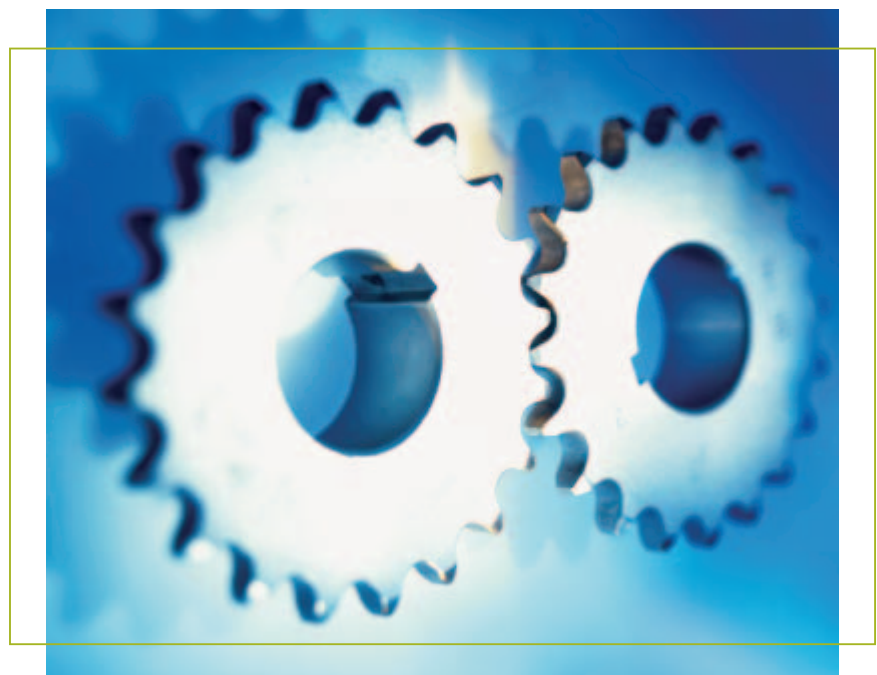
Die aus Fernsehen und Radio bekannte Unternehmerin und Wirtschaftsberaterin gehört laut Manager Magazin auch zu den «erfolgreichsten Frauencoaches der Welt». Sie hat sich einen Namen auch über die Schweiz hinaus gemacht.

Die Qualität der Unternehmenssprache und -kommunikation ist nicht nur Wettbewerbsvorteil und eigenständiger Unternehmenswert. Sie ist vielmehr der Boden, auf welchem Unternehmenserfolg spriesst oder unternehmerischer Wert vertrocknet. Denn solange unternehmerischer Erfolg von Menschen produziert wird, solange wird integrierte Unternehmenskommunikation sogar matchentscheidend für Sieg oder Niederlage sein. Corporate Communications ist Führungsarbeit, und als solche gehört sie in jedes Modul der Management- und Mitarbeiterentwicklung: von Coaching, Mentoring bis Management Training und Assessment Centers.

Qualitätssprache gegen die Sprachverluderung

Wo Unternehmenssprache zum orthografischen Schlachtfeld flüchtiger SMS und noch flüchtigerer E-Mails wird, wo das gigantische Informationsmaterial zuweilen tonnenschwer in den Köpfen der Chefs und Mitarbeitenden hängt und man vor lauter Bäumen die Prioritäten nicht mehr sieht, da beginnt eine neue Form der Kommunikation: Schweigen, Besinnung auf das Wesentliche, Wissen, dass die Sprache das Denken determiniert und deshalb Wesentliches zum richtigen Zeitpunkt den wichtigsten Adressaten kommunizieren.

Der Stellenwert der Unternehmenssprache wird komplett unterschätzt: Corporate



Wer verbindlich spricht, wird verbindlich wahrgenommen.

Der Stellenwert

der Unternehmenssprache wird komplett unterschätzt.

Language muss top down beherrscht werden von qualitativ hochstehender, korrekter, verbindlicher, aussagekräftiger Unternehmenssprache. Wenn nach der Sapir-Whorf-Hypothese – «Sprache – Denken – Wirklichkeit» – alle Formen der Realität durch Sprache evokiert werden, dann wird heute die «Realität» von morgen jedes Unternehmens im wahren Sinn des Wortes «gesprochen».

Commitment-Sprache als Führungsinstrument

Unternehmen, welche die Kraft des Indikativs (anstelle des Konjunktiv II: hätte, könnte, sollte, müsste, würde etc.) für sich entdeckt haben, stellen die Commitment-Sprache bewusst in den Dienst ihrer Zielerreichung: Wenn Mitarbeitenden entdecken, dass auch bereits in ihrem Sprechen eine neue Verbindlichkeit (Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, Termingerechtigkeit etc.) antizipiert wird, wenn klassische Sprachfallen bewusst umgangen werden, erhält Kommunikation im Unternehmen einen neuen Stellenwert: Sie ist nicht nur Mittel zum Zweck, sondern persönlich einsetzbares Erfolgsinstrument auf dem Weg der eigenen Karriereplanung.

Vorgesetzte, die dies für ihre Führungsarbeit einsetzen, motivieren täglich mit jedem Wort. Dass dazu auch der Einbezug neuer Untersuchungen zur «gewaltfreien Kommunikation» in Unternehmen gehört, bietet neue Anreize zum Thema.

Interne Kommunikation schulen

Kein Meister der Kommunikation fällt vom Himmel. Deshalb gehört die Kommunikations- und Informationspolitik des Unternehmens geschult. Wenn wir davon ausgehen, dass die Reihenfolge «Sprache – Denken – Wirklichkeit» stimmt, dann ist ein Return on investment in diese Form der Management- und Mitarbeiterentwicklung nahezu garantiert.

Am Anfang steht das Wort, ihm folgt das Denken und dann das Handeln. Anders gesagt: «Bedeutendes Sprechen» prägt bedeutendes Denken, und ihm folgt bedeutendes Handeln im unternehmerischen Sinn. Unse-



«Bedeutendes Sprechen» prägt bedeutendes Denken, und ihm folgt bedeutendes Handeln im unternehmerischen Sinn.

re Unternehmen benötigen dringend eine «bedeutende Sitzungs-, Meeting- und Austauschkultur» anstelle ökonomisch und auch sonst meistgehend sinnloser Sitzungen, in welchen weniger Problemlösungen als vielmehr Selbstprofilierungen zum Besten gegeben werden.

Raumgestaltungen helfen mit

Lebendige Unternehmen mit ebensolchen Kommunikationskulturen legen die Basis für Auseinandersetzungen. Multikulturelle, geschlechtsspezifische und ideologische Unterschiede in Wahrnehmung, Reaktion, Interaktion und Sprache sind das faszinierende Stärken-Portefeuille jedes Unternehmens. Vorausgesetzt, es bietet die Plattform dafür, dass es ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Raum und Zeit für Selbstbesinnung, Zielfokussierung, Austausch, Auseinandersetzung und fürs Voneinanderlernen bereitstellt.

Die innovativsten Unternehmen bieten diese Räume für innovative Kommunikationsformen (mit sich selbst, mit andern) auch faktisch an: in Form von Meditations-, Ruhe- und atmosphärisch gestalteten Meeting-Points im Unternehmen.

Auch die Frauen sind gefordert

Und schliesslich sind besonders auch **Frauen** gefordert, sich mittels Sprache verbindlich, laut und hörbar in Unternehmen zu positionieren. Sie können ihre sprachlichen Fähigkeiten direkt zum führenden Erfolgsinstrument ihrer Karriereentwicklung einsetzen und dabei falsche (kommunikative) Zurückhaltung gezielt und mutig streichen.

Sprache und Kommunikation sind das A und O jeder Zielerreichung. Wer verbindlich spricht, wird verbindlich wahrgenommen. Wer die Commitment-Sprache beherrscht, verfügt auch über die Fähigkeit zur Mitgestaltung an der Realität von heute und morgen.