

Fünf Schritte zur erfolgreichen Unternehmenssprache



Für viele Schweizer KMU ist das Erbringen erstklassiger Dienstleistungen eine Selbstverständlichkeit. Doch es gelingt ihnen nur bedingt, diese Qualität auch in ihrem Firmenauftritt zum Ausdruck zu bringen. Woran liegt das? Oft liegt es an einer wenig ausgearbeiteten Unternehmenssprache. Denn: Sprache bringt Qualität zum Ausdruck. In fünf Schritten lässt sich eine passende Unternehmenssprache entwickeln, die nicht nur die Unternehmenswerte und Ziele festlegt, sondern diese auch in alle kommunikativen Prozesse einfließen lässt. So können KMU ihre Kommunikation intern und extern optimieren und sich ohne viel Aufwand nachhaltig und effektiv positionieren.

Jedes Unternehmen produziert nicht nur Produkte oder Dienstleistungen, sondern repräsentiert auch eine Marke. Marken sind das, was im Markt sichtbar ist und womit sich Kunden identifizieren. Eine Marke entsteht allerdings nicht nur durch ein passendes Logo und ansprechendes Design. Auch die Unternehmenssprache trägt wesentlich dazu bei. Sie findet sich in allen Facetten eines Unternehmens wieder und wird von Kunden, Partnern und Mitarbeitern teils bewusst, teils unbewusst wahrgenommen. Darum birgt die Unternehmenssprache grosses Potential und sollte aktiv gestaltet werden.

Eine authentische Unternehmenssprache überzeugt nicht nur die Kundschaft

Die Unternehmenssprache ist intern und extern wichtig. Intern gestaltet sie die Unternehmenskultur mit. So führt zum Beispiel eine angemessene Kommunikation mit der Belegschaft zu höherer Motivation und stärkerer Identifikation mit dem Arbeitgeber und folglich auch zu einer gestärkten Mitarbeiterbindung. Extern, also in der Kommunikation mit Partnern und Kunden, bewirkt die Unternehmenssprache zweierlei: Sie beschreibt das Wesen des Unternehmens und kreiert zugleich eine damit verbundene Identität. Diese Identität entsteht durch die kommunizierten Unternehmenswerte. Die Wertekommunikation schafft die Emotionen, die den Kunden einnehmen und für die sich der Kunde am Ende entscheidet. Dies ist für kleine Unternehmen besonders wichtig, denn sie müssen sicherstellen, dass ihre Werte und somit auch ihre Qualitäten durch ihre Unternehmenssprache zum Ausdruck kommen.

Wie Sie Ihr Unternehmen richtig beschreiben

Im internationalen Vergleich ist die Qualität der Produkte und Dienstleistungen von Schweizer KMU überdurchschnittlich gut. Dies potentiellen Kunden zu erklären und dabei auch aufzuzeigen, wie man sich von Konkurrenten abhebt, fällt aber vielen schwer. Das liegt unter anderem an der Schweizer Kultur, die Übertreibung und Selbstlob missbilligt. Eine klare und authentische Unternehmenssprache bedarf aber keiner solchen Mittel. Vielmehr geht es darum, das Unternehmen in authentischen, einprägsamen Worten zu beschreiben, damit potentielle Kunden abgeholt und überzeugt werden. Dies gilt insbesondere für Dienstleister. Denn im Gegensatz zu Produkten verlangen Dienstleistungen meist einen stärkeren Fokus auf die dahinterstehenden Personen. Das fällt Schweizer Kleinunternehmen oftmals nicht nur schwer, es ist ihnen sogar unangenehm. Doch auch dafür gibt es sprachliche Lösungen. Nehmen wir als Beispiel ein Treuhandgeschäft. Das Treuhandgeschäft ist eine etablierte Dienstleistung, die meist kaum Erklärungen bedarf, da jedermann weiss, was ein Treuhänder tut. Die Überlegung ist nun, worauf ein potentieller Kunde bei der Wahl eines Treuhänders achtet: auf umfangreiches Fachwissen, Gründlichkeit, Verlässlichkeit und insbesondere auf Vertrauenswürdigkeit.

Letzteres sollte dabei eigentlich an erster Stelle genannt werden. Denn jeder Kunde will seinem Treuhänder in erster Linie vertrauen können. Und wie kann man Vertrauenswürdigkeit durch Sprache ausdrücken? Indem man Wert auf eine präzise und fehlerfreie Sprache legt, die nicht nur in Worten erklärt, was man tut, sondern auch durch den Stil und die Schreibweise ausdrückt, dass man seine Dienstleistung fachkundig und gewissenhaft erbringt. Auch in der Kundenkorrespondenz sollte dies ausgedrückt werden, denn Kunden können sich an einer unklar oder flapsig geschriebenen E-Mail stören. Sprache bringt eben Qualität zum Ausdruck. Auf diese Weise werden nicht nur das Unternehmen und die Art der Dienstleistung beschrieben, sondern auch die Identität kreiert. Denn das ist die zweite grosse Aufgabe der Unternehmenssprache. Eine präzise definierte Unternehmenssprache vermittelt eine Identität, die Emotionen weckt und die Kundschaft mit dem Unternehmen verbindet. Und mit solchen Emotionen werden Kunden nicht nur akquiriert, sondern auch langfristig gebunden.

Fünf Schritte zur erfolgreichen Unternehmenssprache**Fünf Schritte zur erfolgreichen Unternehmenssprache**

Eine überzeugende Unternehmenssprache gehört also zu einem erfolgreichen Aussenauftritt. Nun, wie kann diese überzeugend gestaltet werden? Da sich Sprache nur gemeinsam mit Konzepten entwickelt, entwickelt sich auch die Unternehmenssprache Hand-in-Hand mit der Beschreibung des Unternehmens. Wenn eine Neugründung oder eine Veränderung ansteht, sollte die Unternehmenssprache gleichzeitig mitentwickelt werden. Dies geschieht in den folgenden fünf Schritten.

Schritt 1: Definieren Sie ein wertebasiertes Leitbild

Definieren Sie eine klare Vision und ein ebenso klares Leitbild für Ihr Unternehmen. Die Vision ist Ihr Antrieb, während das Leitbild Ihre Tätigkeit und Identität vorgibt. Beide werden von Werten geprägt, die ausformuliert werden müssen. Ein Treuhänder könnte zum Beispiel die Vision verfolgen, sich als verlässlicher Steuerexperte in seiner Stadt zu etablieren. Entsprechend arbeitet er nach dem Leitbild, seinen Kunden fachkundige Beratung in allen Steuerfragen zu bieten.

Die Sprache, die Sie im Leitbild wählen, ist ein wichtiger Bestandteil der Firmenkultur, denn sie inspiriert, motiviert und definiert Ihren Auftrag. Das gilt sowohl für die Geschäftsleitung als auch für die Belegschaft.

Schritt 2: Wertekommunikation in all Ihren Botschaften

Die Werte, die Sie in Ihrem Leitbild definiert haben, sollten in Ihrer Unternehmenssprache prominent vertreten sein. Jeder Ihrer Texte – allen voran Ihr Slogan – muss sich daran orientieren, damit Ihr Unternehmen mit diesen Werten in Verbindung gebracht wird. Genauso sollten diese Werte in den täglichen Gesprächen mit Mitarbeitern, Partner und Kunden zum Ausdruck kommen. Das Leitbild bietet Ihnen dabei eine wichtige Orientierungshilfe.

Schritt 3: Schreiben Sie ein gewinnendes Firmenporträt

Das Firmenporträt ist essentiell. Es präsentiert Ihr Unternehmen rund um die Uhr auf Ihrer Webseite, geht mit Ihnen an Messen und Anlässe und fließt in die Verkaufsgespräche ein. Porträtieren Sie Ihr Unternehmen ähnlich, wie Sie eine Person porträtieren würden, also mit authentischem

Charakter und einer Prise Charme. Lassen Sie Fakten, Vision und Werte in das Porträt einfließen. So kreieren Sie eine Marke, mit der sich Kunden und Mitarbeiter identifizieren.

Schritt 4: Bauen Sie einen authentischen online Auftritt auf

Der Charakter Ihres Unternehmens sollte in Ihrer gesamten Internet-Präsenz abgebildet sein. Stellen Sie sicher, dass sowohl Ihre Firmenprofile auf allen Portalen als auch die von Ihnen aufgeführten Partnerschaften Ihre Werte und Ihre Arbeitsweise authentisch und überzeugend zum Ausdruck bringen. Achten Sie darauf, dass Ihr Auftritt im Internet aktuell ist.

Schritt 5: Vertrieb und Korrespondenz

Der Vertrieb ist immer noch der unmittelbarste Kontakt mit der Kundenschaft. Über ihn werden Neukunden akquiriert und bestehende Kunden langfristig gebunden. Darum ist es unerlässlich, dass auch der Vertrieb und die Korrespondenz mit Kunden und Partnern die Werte und Qualität des Unternehmens zum Ausdruck bringen.

Zudem ist es wichtig, dass Mitarbeiter sich in jedem Fall korrekt und respektvoll ausdrücken. Einmalig ausgearbeitete Vorlagen sorgen für eine nachhaltig bessere Korrespondenz und sparen dabei viel Zeit ein. Dies klingt nach viel Aufwand und das bedeutet es zu Beginn auch. Aber er lohnt sich. Denn die Unternehmenssprache ist überall. Oft verbringen Mitarbeiter sehr viel Zeit damit, nach Worten zu suchen und sich sowohl schriftlich als auch mündlich im Interesse des Unternehmens auszudrücken. Gut ausformulierte Texte können jederzeit in verschiedenen Formaten wiederverwendet werden.

Dieses Vorgehen führt dazu, dass nicht nur alle Texte, sondern auch alle Mitarbeiter zu aktiven Botschaftern des Unternehmens werden und einen wertvollen Werbeeffekt schaffen. Die Investition in die Unternehmenssprache zahlt sich aus.

ANAPHORA

LANGUAGE REFLECTS QUALITY.

Anaphora ist eine Schweizer Kommunikationsboutique. Wir sind spezialisiert auf wirkungsvoll eingesetzte Sprache und unterstützen Kunden bei Herausforderungen in der internen und externen Kommunikation. Unsere Stärke liegt in der präzisen, adressatengerechten Sprache, die ins Schwarze trifft und mit der wir jede kommunikative Herausforderung lösen, sei es intern in der Teamkommunikation oder extern in der Kommunikation mit Kunden und Behörden. Unser Dienstleistungsangebot umfasst alle sprachlichen Aspekte der Unternehmenskommunikation in Form von Beratungen, Seminaren sowie Texten und Textvorlagen.



Mauro Moretto Geschäftsführer

Anaphora GmbH

Birchstrasse 1 · 8542 Wiesendangen

Telefon 041 711 44 66 · welcome@anaphora.ch · www.anaphora.ch