

Informationen für den Papierkorb?

24.07.2012, 13:28 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Königskonzept Helmut König*



Autor Helmut König

Rundschreiben als Kommunikationsverhinderer - Anordnung, Überredung, Überzeugung - Marketing auch im Innendienst – nicht jeder für jedes

Rundschreiben als Kommunikationsverhinderer

Täglich werden wir im Unternehmen mit Rundschreiben, E-Mails, Projektberichten und Aktennotizen zugeschmissen. Wir sind selbst Teil dieses Mühlrades, denn auch wir geben diese Dinge in Umlauf. Täglich wundern wir uns, dass unsere Informationen nicht gelesen werden, dass Kollegen schlecht vorbereitet in Sitzungen erscheinen und die wesentlichen Inhalte unserer Rundschreibungen und Einladungen nicht erkannt haben. Täglich sind wir in Meetings und können nicht mitreden, weil wir die wesentlichen Inhalte von Rundschreiben nicht erkannt, nicht verarbeitet und manchmal aus Zeitnot gar nicht gelesen haben. Diese unkontrollierte Informationsflut führt zur Verschleppung und Verzögerung von Entscheidungen. Nach einer Untersuchung von Proudfoot Consulting sind 46% der unproduktiven Arbeit auf Mängel in der Planung zurückzuführen – vielleicht auch auf Mängel in der Kommunikation?

Anordnung, Überredung, Überzeugung

Drei Wege gibt es, um eine gewünschte Reaktion zu erzeugen: die Anordnung oder Information, die einen Sachverhalt bekannt gibt oder anordnet, die Überredung, die jemand ohne Argumente zu einer Reaktion bringen soll und die

Überzeugung, die jemand mit Argumenten zu einer Reaktion veranlasst. In Unternehmen ist die häufigste Variante von oben nach unten die Anordnung und von unten nach oben die Überredung oder die Überzeugung, wobei die Überredung häufig irgendwann in einer Sackgasse endet. Anordnungen betreffen Bereiche, die gemacht werden müssen aber wer macht schon gern Dinge, die er muss. Wenn dann noch hinzukommt, dass diese Anordnungen in Mengen von schlecht aufbereiteten Informationen versteckt sind, muss man sich über mangelnde Umsetzung nicht wundern. Erster Weg wäre also, statt Anordnungen nach Argumenten für unsere Mitarbeiter und Kollegen zu suchen, um sie von einem Vorhaben zu überzeugen, zweiter Weg, diese Informationen in eine leicht lesbare Form zu bringen.

Marketing für den Innendienst

Zwei Arten von Informationen werden Mitarbeiter im Unternehmen i.d.R. zur Verfügung gestellt. Zum einen sind dies Image bildende Nachrichten, die in Form von Zeitungen, Intranet oder Prospekten das gute Gefühl, das Miteinander im Betrieb fördern sollen. Diese Art der Informationen ist oft schon werblich gestaltet, damit sie der Empfänger leichter aufnehmen kann. Der andere Bereich sind gezielte Rundschreiben, Protokolle, Nachrichten oder Berichte, die nur für bestimmte Mitarbeiter gedacht sind. Es braucht dann nicht gleich eine Werbeabteilung, um hierfür eine leicht lesbare Form zu entwickeln, Grundlagenwissen im Direkt- und Dialogmarketing wäre aber schon sinnvoll. Eine Zusammenfassung, Unterteilung in überschaubar große Absätze, kurze prägnante Sätze und Hervorhebungen der wichtigsten Bereiche erleichtern die Lesbarkeit. Auch bei Fremdwörtern sollte man immer daran denken, dass alle Empfänger diese sofort verstehen können. Es ist leicht für einen Spezialisten, den sachlichen Inhalt eines Berichtes niederzuschreiben aber nicht so einfach für ihn, den Text anschließend so zu bearbeiten, dass er leicht zu lesen ist. Das Verständnis beim Empfänger wird extrem gefördert, wenn er Informationen leicht aufnehmen und verstehen kann.

Nicht alles für jeden

Eine weitere Ususite in der unternehmensinternen Kommunikation sind die großen Verteilerlisten von Informationen. Was bei schriftlichen Informationen noch stärker berücksichtigt ist, explodiert beim elektronischen Versand. Im Zweifelsfall informiert man ein paar Kollegen mehr- auch wenn sie nicht involviert sind – das geht ja per E-Mail ganz einfach. Ein schönes Beispiel dazu ist ein Rundschreiben eines Mitarbeiters aus den USA, der am Freitagnachmittag eine Mitfahrgelegenheit nach Hause gesucht hat. Die Kollegen z.B. in Athen haben sich verständlicherweise darüber gewundert, er hatte es an alle Mitarbeiter weltweit geschickt. Dieser unsinnige Verlust an Arbeitskraft all jener, die solche Nachrichten lesen müssen, kann ein Unternehmen viel Geld kosten. Verteilerlisten müssen fest vorgegeben sein und es muss aus den Verteilern klar hervorgehen, ob die Nachricht zur Bearbeitung oder zur Information gedacht ist. Wie bei schriftlichen Informationen nutzt man dazu das „an“ zur Aufgabenverteilung und das „cc“ zur Information.

Neue Methoden bieten sich mit den unternehmensinternen „Sozialen Netzwerken“ an, wo Informationen Projekt- oder Objektbezogen eingestellt werden. Mitarbeiter sind dann selbst verantwortlich, sich um ihren aktuellen Informationsstand zu kümmern, aber auch hier muss Wichtiges von weniger Wichtigem unterschieden werden. Unternehmen würden bei der Befolgung einfacher Regeln eine Menge Zeit sparen und viel Effizienz im Organisationsablauf gewinnen. Neue Regeln initiiert man am besten mit einem Rundschreiben oder besser mit einem Informationskonzept, wobei dann gleich mit gutem Vorbild vorausgegangen werden sollte.

Portrait

Profil Autor Helmut König

Helmut König ist konzentriert auf die kundenspezifische Entwicklung von Vertriebs- und Organisationskonzepten. Je nach Projekt können die Schwerpunkte dabei im Verkauf, im Marketing oder in der Organisation liegen, häufig ist eine

Kombination sinnvoll. Eine Ablaufbeschreibung dazu finden Sie unter

<http://www.koenigskonzept.de/media/pdf/Leistungen/Koenigskonzept.pdf>

Zu den Schwerpunkten werden zusätzlich entsprechende Seminare und Vorträge entwickelt und durchgeführt. Wir geben regelmäßig Fachartikel zu Managementthemen für B2B Zeitschriften heraus.

<http://www.koenigskonzept.de/seminare.php>

<http://www.koenigskonzept.de/aktuelles/fachartikel.php>

Bilder des Autors finden Sie unter http://www.koenigskonzept.de/media/Koenig/Helmut_Koenig.JPG ein Profil unter

http://www.koenigskonzept.de/media/Koenig/Beraterprofil_-_Helmut_Koenig.pdf

News-ID: 650682 • Views: 1450 (Stand: 09.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/650682/Informationen-fuer-den-Papierkorb.html>