

CAMPUS - DEPESCHE

panroyal verlag

ausgabe 95

Krisenkultur.

Warum haben Buschtrommeln und Flurfunk Konjunktur und Einfluss?

Verantwortliche Unternehmer stehen selbst bei schwerem Wetter stabil auf den Brücken ihrer Firmen. Trotz aller Unbilden und Turbulenzen. Sie reden mit den anvertrauten Menschen.

In der Internen Kommunikation zeigt sich eine Unwucht, die allgemein als stumm geltende Unternehmen - besonders in schweren Zeiten - noch sprachloser macht. In der Finanzdienstleistung ist oft aktive Passivität angesagt. Das ist eine spezifische Interpretation von missverstandenen Corpsgeist, der initiiert oder eigendynamisch eingefordert wird.

Siegermentalität geht dann so: Wer ein Problem wittert oder einen Störfall sieht - und sich dann als erster blitzschnell zu ducken vermag - der ist aus der Schusslinie und hat gewonnen.

Die Banken werden in diesen Zeiten als einfalls- und sprachlos empfunden. Stumm und duldgungsstarr - statt miteinander und mit ihren Kunden zu reden, also Human Resources als Kommunikationspotential zu nutzen. Das macht die Unternehmen festungsgleich. Besonders in den Köpfen. Zeitgewinn ist die Regel. Und eilige Sparprogramme; „kosten sie, was sie wollen“. Mitarbeiter werden für Managementfehler in Haftung genommen. Der Kernindikator der Gerüchteküche auf den Fluren spiegelt das Unvermögen, miteinander umzugehen. Stets bleiben begangene Fehler herrenlos. Welcher Stein fällt wem aus welcher Krone, wenn man frühzeitig, entschlossen, ehrlich und lösungsorientiert bekennt und sagt, dass man Unterstützung braucht. Von allen, denen die Führung der Unternehmen ihre Werte anvertraut. Diese in guten Zeiten zu bewahren, zu entwickeln und nun, besonders in der Krise, auch zu beschützen. Aufrecht. Ehrlich.

Wenn Mitarbeiter den Stoff für Gerüchte aus den Medien erfahren und maukorbbehagen nicht mehr reden dürfen, weder über Zutrauen noch über Ängste, dann stimmt was nicht im Geist und der Welt einer Unternehmensfamilie. *kh*

Miteinander zu reden, das kann man üben und kultivieren. Wichtig ist: Man tut es aufrecht, deutlich und verständlich.

So laut, wie manche Unternehmen intern schweigen, ist nur mit Vorsatz überhörbar.

Gar nicht witzig ist, was sich gerade in Pausen, auf den Fluren, hinter den Türen und an Stammischen outet: Durch Unsicherheit und Angst getriebenes, profundes, gefährliches Unwissen.

Gerüchtekultur durch Anschweigen ist keineswegs ein neues Forschungselement. Neu sind lärmende Buschtrommeln als Zünder für zerstörende Flächenbrände.

Gute Führungskräfte begreifen und nutzen die Gefahr als Gunst der Stunde:

Sie begegnen. Sprechen miteinander. Initiieren Fragen, die sie sofort, verständlich und unpolitisch beantworten. Sie zeigen sich und sie hören zu, bevor - was auch immer - morgen neue Gerüchte zu schüren vermag.

Hierfür gibt es Konzepte und Instrumente, maßgeschneidert zur blitzschnellen Anwendung.

Interne Kommunikation ist ein Wirtschaftsfaktor, der Werte bestimmt, indem er sie schafft.

Wirksame Krisenkultur.



Institut für Unternehmenskultur
Brand Galaxy Building
Sachsenring 81 / D-50677 Köln
+49 221 925454890
service@panroyal.network