

Die Krise als Chance: Empfehlungen für eine offene und transparente Unternehmenskommunikation

Bis vor kurzem noch lautete die Leistungs-Maxime eines jeden Managers im globalen Dorf, Wachstum und Wohlstand für Investoren zu generieren – oft um jeden Preis. Folglich war die Profitsteigerung in vielen Firmen der vorrangige Treiber für jegliche Geschäftstätigkeit geworden. Doch in Zeiten, in denen das allgemeine Vertrauen in Investoren buchstäblich auf einen Nullpunkt gesunken ist, wird zunehmend sichtbar, dass in Zukunft neue Maßstäbe in Sachen Management und Führung angesetzt werden müssen.

Anstatt einer reinen Profitmaximierung müssen Manager als primäres Ziel in der kommenden Zeit verlorengegangenes Vertrauen unterschiedlichster Interessengruppen zurückgewinnen. Dies kann nur geschehen, indem Unternehmen dahingehend ausgerichtet werden, dass neben dem Faktor Wirtschaftlichkeit auch weichere Faktoren, wie Nachhaltigkeit in Denken und Handeln, sowie das Berücksichtigen ethischer und sozialer Maßstäbe eine Rolle spielen. Die Herausforderung für den Manager ist es in Zukunft daher, eine Unternehmenskultur der Aufrichtigkeit zu etablieren. Im Zentrum dieser sehr schwierigen Aufgabe steht dabei eine offene und transparente Unternehmenskommunikation. Diese wird jedoch nur funktionieren, wenn Manager mit gutem Beispiel vorangehen und somit quasi „von innen heraus“ die Unternehmenskultur mit gutem Beispiel verändern. Folgende Empfehlungen sollten Sie dabei immer im Hinterkopf behalten:

- 1) Gewöhnen Sie sich an, die Wahrheit zu sagen

Wir alle haben in einem beruflichen Kontext die Angewohnheit, Menschen genau das zu erzählen, was sie hören wollen. Das Problem daran: je mehr man die Wahrheit verdreht, desto mehr macht man sich allerdings auch zu einem Sklaven von verfälschender Rhetorik. Die meiste Zeit wird irgendwann im schlimmsten Fall damit verschwendet, Unwahrheiten zu vertuschen, wodurch sich die Probleme meistens noch potenzieren.

Als weiser Manager können Sie jedoch diesen Teufelskreis durchbrechen, indem Sie einfach anfangen, allen Parteien in Ihrem Umfeld dieselbe, unverblünte Geschichte zu erzählen. Wenn Sie dann erst einmal den Ruf eines Managers entwickelt haben, „der die Dinge beim Namen nennt“, dann wird auch Ihr Umfeld Ihnen gegenüber anfangen aufrichtig sein.

- 2) Ermutigen Sie Ihre Mitarbeiter dazu, aufrichtig und wahrheitsgemäß gegenüber Vorgesetzten zu kommunizieren

Es ist sehr schwierig für „Unterstellte“, Vorgesetzten gegenüber immer mit der „ganzen Wahrheit“ herauszurücken. Genauso, wie man selbst die Fakten gerne zu seinem eigenen Vorteil verdreht oder beschönigt, so tun dies Angestellt und Mitarbeiter genauso. Aber natürlich ist es gerade für Sie als Vorgesetzten äußerst wichtig zu wissen, was Ihre „Unterstellten“ wirklich denken. Denn Ihre Mitarbeiter verfügen häufig über wichtige Informationen, die Sie selbst brauchen, um in Ihrer Führungsrolle erfolgreich zu sein. Sorgen Sie deshalb für Arbeitsbedingungen, die es Ihren Mitarbeitern ermöglichen aufrichtig zu sein.

3) Fördern Sie Kritiker und Querdenker

Ihr Unternehmen wird nicht gestärkt aus der gegenwärtigen Krise hervorgehen, wenn Sie es selbst als Führungskraft nicht lernen, Ihre eigenen Annahmen kritisch zu hinterfragen. In der Regel werden Sie das jedoch nicht schaffen, wenn Sie Kritiker aus dem Unternehmen unterdrücken. Suchen Sie sich deshalb gezielt Kollegen, die häufig nicht Ihrer Meinung sind, und die Ihnen helfen können, die eigene Sichtweise konstruktiv zu relativieren und in langer Sicht zu ändern. Als ein wichtiges Zeichen für die Kultur Ihres Unternehmens geben Sie diesen Personen eine Beförderung und danken Ihnen öffentlich für das wertvolle „Querdenken“.

4) Üben Sie sich darin, unangenehmen Auseinandersetzungen nicht mehr aus dem Weg zu gehen oder Sie durch „die Macht des Vorgesetzten“ zu unterbinden

Gute Manager lernen, wie man schlechte Nachrichten in einer Art und Weise an den Mann bringt, so dass niemand unnötig verletzt wird. Das ist keine leichte Aufgabe! Fangen Sie deshalb gleich mit dem Üben an. Am besten Sie proben – genauso wie ein Schauspieler – zunächst einmal im stillen Kämmerlein.

5) Fangen Sie an, Ihre Informationsquellen breiter zu fächern

Jeder Mensch ist parteiisch und voreingenommen. Um selbst „aufrichtiger“ zu kommunizieren, ist es wichtig, dass Sie beginnen, regelmäßig mit ganz unterschiedlichen Interessengruppen des Unternehmens zu kommunizieren. Reden Sie mit Angestellten, Kunden, Wettbewerbern - und nicht immer nur auf Ihrer eigenen „Hierarchieebene“. Nur so wird es Ihnen möglich sein, die eigene (eingefahrene) Sicht der Dinge und damit auch Ihr Kommunikationsverhalten zu nuancieren. Und damit der Wahrheit ein bisschen näher zu rücken.

6) Geben Sie Ihre eigenen Fehler zu

Ähnlich wie bei Punkt 1 ist dieses für die meisten Menschen eine der schwierigsten Dinge überhaupt. Aber nur Menschen, die auch Fehler machen, werden langfristig als menschlich und damit als vertrauenswürdige Partner angesehen. Aus Fehlern lernt man bekanntlich und wenn Sie sich selbst die Chance geben, dieses öffentlich tun zu dürfen, dann geben Sie damit auch Ihrem Umfeld die Chance „besser zu werden“.

7) Entwickeln Sie Systeme, die die Transparenz in allen Bereichen des Unternehmens fördern

Fangen Sie beispielsweise damit an, Mitarbeiter auch dafür einzustellen, weil Sie in einem anderen Unternehmen auch schon dafür bekannt waren, kein Blatt vor den Mund zu nehmen und sich für eine aufrichtige Team-Führung eingesetzt haben. Und nicht, weil Sie Ellenbogen haben und dadurch den internen Wettbewerb und damit die vermeintliche Produktivität verbessern.

8) Hören Sie auf, Informationen selektiv weiterzugeben oder zu zensieren

In den meisten Unternehmen gibt es die Kommunikationspolitik, dass man wichtige Informationen zurückhält, wenn es „aus *strategischen* oder *politischen* Gründen nicht anders geht“. Sorgen Sie stattdessen dafür, dass Informationen für alle frei zugänglich gemacht werden.