



Definieren Sie die Vision Ihres Unternehmens

Interne Kommunikation im Rampenlicht

Inhaltsverzeichnis

- 1.** **WOFÜR STEHT DIE UNTERNEHMENSVISION?**
Mission und Vision
Bewerten Sie Ihre Strategie
- 2.** **DIE INTERNE KOMMUNIKATION IM FOKUS**
- 3.** **STEIGERN SIE DAS ENGAGEMENT
IHRER MITARBEITER**
Die effiziente Kommunikation der Unternehmensidentität
- 4.** **FAZIT**
- 5.** **ANHANG**



1.

WOFÜR STEHT DIE UN- TERNEHMENSVISION?

Mission und Vision

Viele Menschen unterscheiden nicht zwischen Vision und Mission, obwohl es sich dabei um zwei verschiedene Dinge handelt.

Gemäß *Marketing Management, A Relationship Approach* ist „die Unternehmensmission als eine kurze Erklärung des Unternehmenszwecks zu betrachten: Was das Unternehmen ist und was es macht („Wer sind wir?“). Sie beruht auf den grundlegenden Werten.“ (Sven Hollensen, 2010).

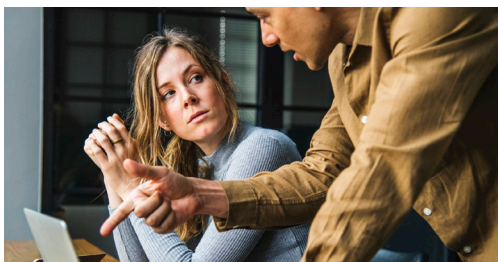
„Eine **Visionserklärung** erläutert, was das Unternehmen werden möchte („Was wollen wir erreichen?“). Die Vision ist eine Beschreibung des „gewünschten zukünftigen Zustands“. Eine Visionserklärung sollte Begeisterung schaffen, (...) Inspiration erzeugen, (...) Menschen dazu bringen, dass ihnen etwas wichtig ist.“

Bezüglich dieses häufigen Irrtums fasst *Fast Company* die Situation wie folgt zusammen: „Viele Unternehmen verwechseln Mission und Vision. Bei einer Mission geht es darum, wer Sie sind. Missionen ändern sich selten. Visionen sollten dynamisch sein sowie Wissen und Innovation ständig vorantreiben.“

Mission und Vision sind die Grundlagen Ihres Unternehmens – Ihre Mission ist einprägsam und leicht zu merken, die Vision jedoch ist viel komplexer. Daraus wird schnell ein Problem, wenn die Vision für die Mitarbeiter und Führungskräfte als Ausgangspunkt dient!

Bewerten Sie Ihre Strategie

Werte und Strategie gehören auch zur Vision und sehr wichtige Bereiche des Unternehmens. Beide Begriffe müssen von alle Mitarbeitern klar verstanden werden.



Gemäß *Business Dictionary* sind Unternehmenswerte „die Betriebsphilosophien oder -prinzipien, die das interne Verhalten sowie die Beziehungen eines Unternehmens gegenüber seinen Kunden, Partnern und Aktionären bestimmen.“

In Übereinstimmung mit dem *Financial Times Lexicon* beschreibt die Unternehmensstrategie „ein allgemeines Ziel des Unternehmens und die Mittel, mit denen es hofft, dieses Ziel zu erreichen.“

Eine Strategie kann global sein oder an verschiedene Abteilungen und Mitarbeiterfunktion innerhalb des Unternehmens angepasst werden. Sie berücksichtigt jedoch immer die Mission, die Werte und die Vision.

Beispiel für den **Strategiebereich eines Unternehmens** (Svend Hollensen):

- Unternehmensstrategie
- Geschäftsstrategie
- Sonstige funktionale Strategien (z. B. F&E)
- Marketing-Management-Strategien





2.

DIE INTERNE KOMMUNIKATION IM FOKUS

Eine ungenügende interne Kommunikation über die Vision und die Ziele des Unternehmens können Probleme verursachen und die Ergebnisse beeinträchtigen.

Gemäß dem Bericht von Gallup, *How Millennials Want to Work and Live* (15.11.2016), "empfinden nur 40 % der Millennials ein starkes Engagement für die Mission ihres Unternehmens."

Das schlechteste mögliche Ergebnis ist mangelndes Engagement seitens der Mitarbeiter. Meistens ist die Ursache ungenügende Klarheit der internen Kommunikation, einschließlich einer **Kluft zwischen Führungskräften und dem Rest der Belegschaft**.

Nicht-engagierte Mitarbeiter zeigen wenig emotionale Zugehörigkeit. Sie tragen zum Unternehmen bei, aber nicht mehr als absolut nötig. Schlimmer noch, unengagierte Mitarbeiter setzen sich überhaupt nicht für ihre Arbeit ein und können sogar aktiv gegen ihr Unternehmen wirken. (Lesen Sie diesbezüglich unser White Paper über das Mitarbeiterengagement.)



Wenn die Vision intern nicht richtig verstanden wird, kann sie auch nicht sachdienlich bei den Kunden vorgebracht werden. Vergessen Sie nicht, dass Ihre Mitarbeiter die ersten Botschafter Ihres Unternehmens sind!

“ **Nur ca. vier von 10 Mitarbeitern (41 %) wissen, wofür ihr Unternehmen steht und was seine Marke von der Konkurrenz unterscheidet.** ”

Gallup- Umfragen, *Why your company must be mission-driven*
(06.03.2014)

Soziales Engagement ist als neue Tendenz in aller Munde. Und um den Erfolg dieser Tendenz sicherzustellen, sollten Unternehmen auf gute Grundlagen achten und eine solide Unternehmensidentität und -botschaft erstellen.

Was wäre, wenn Führungskräfte und Entscheidungsträger die interne Kommunikation an erste Stelle setzten?

ShapeDazu gehört die Beschaffung geeigneter digitaler Tools, so dass mitarbeiternahe Teams eine positive und effiziente Beziehung stärken können. Überlegen Sie beim Lesen dieses White Papers wie Sie Ihr Team unterstützen können, egal womit es sich befasst – mit der Mitarbeiterkommunikation, der Unternehmenskommunikation oder der digitalen Umstellung. Vielleicht schaffen Sie es, alle Ihre Mitarbeiter zu zufriedenen Angestellten zu machen!



3.

STEIGERN SIE DAS ENGAGEMENT IHRER MITARBEITER

In diesem Teil stellen wir Ihnen die Best-Practices vor, die Sie umsetzen können, um Ihre Unternehmensvision möglichst klar und deutlich zu übermitteln und zu vermitteln.

Die Unternehmensvision ist eine komplexe Mischung aus Mission, Werten und Strategie des Unternehmens. Manchmal kann es schwierig sein, sie passend zu formulieren.

Ein Intranet ist das beste Mittel, um sie zu strukturieren und die Botschaften zu betonen, die Sie allen Mitarbeitern vermitteln möchten.

Mit einem benutzerfreundlichen und benutzerdefinierten Intranet können Sie:

- Sinn und Zusammenhang **vermitteln**
- **Ihre Vision ständig verbessern** und sie an die Vorschläge Ihrer Mitarbeiter anpassen.
- Einfach und schnell **über Ihr Unternehmen und die erreichten Ziele informieren**
- **Mitarbeiter belohnen und Anerkennen**, damit sie sich stärker für ihre Unternehmensvision einsetzen

Die effiziente Kommunikation der Unternehmensidentität.

Ein Intranet in Ihrem Markendesign

Entscheiden Sie sich für das richtige Intranet, das Sie gestalten und an Ihr Markendesign anpassen können.

Wenn Sie sich für ein Intranet entscheiden, sollten Sie darauf achten, dass es Ihr Unternehmen und seine Mitarbeiter perfekt darstellt. In einem Umfeld, in dem die Mitarbeitererfahrung ein wichtiger Faktor für Zusammenarbeit und Leistung ist, wirkt die Verwendung von gewöhnlichen Tools völlig veraltet. Heute können Sie Ihr Intranet selber gestalten:

- Bringen Sie Ihre Unternehmensidentität und Ihr Markendesign ein, indem Sie einfach Schriftarten, Farben und Hintergrundbilder hinzufügen, wie es Ihnen gefällt.
- Sie können Ihr digitales Arbeitsumfeld komplett selber gestalten, indem Sie die Seiten anpassen, Widgets verschieben sowie deren Größe und Design anpassen.
- Organisieren Sie Ihre Benutzeroberfläche passend zu Ihrem Unternehmen. Bestimmen Sie Bereiche und deren Sichtbarkeit für Gruppen, Sektoren, Länder, Fachkenntnisse. Passen Sie im Handumdrehen Ihr Intranet an Ihre Arbeitsweise an.

Passen Sie das Intranet an Ihre Corporate-Organisation an

Eines der häufigsten Probleme bei der internen Kommunikation beruht darauf, dass alle Filialen ihr eigenes Intranet haben und Informationen innerhalb von Silos teilen. Ein weiteres Problem ist die Vernetzung der Remote-Mitarbeiter, Außendienstmitarbeiter oder Mitarbeiter im Ausland.

VERNETZEN SIE ALLE FILIALEN

Behandeln Sie Ihr Intranet als eine globale Plattform, die sowohl Unternehmensmitteilungen als auch benutzerdefinierte Informationen für die einzelnen Business Units bietet. Dann können Sie die interne Kommunikation an jeden Standort und jede Belegschaft anpassen.

Ein Intranet ist für Ihr Unternehmen auch das beste Mittel, seine Technologien, Tools, Anwendungen und Services für alle Mitarbeiter in allen Filialen aller Länder zu vereinheitlichen. So kann Ihr Unternehmen eine globale Strategie für das Content-Management und den Wissensaustausch entwickeln und an allen Standorten die gleiche Unternehmensvision vermitteln.

Sie können das Tool einfach anpassen, um die Organisation Ihres Unternehmens widerzuspiegeln. Ein paar ausgewählte Mitglieder können entscheiden, was veröffentlicht wird, einschließlich der Funktionen und Workflows. Außerdem erhält dank der Kommunikation über einen einzelnen Kanal jede Marke die Kontrolle über ihre Kommunikationsstrategie und kann ihre eigene Geschichte schreiben.



Jedes Mitglied kann ohne externe Freigabe oder IT-Unterstützung handeln und so den Veröffentlichungsworkflow beschleunigen.

Die Plattform sollte an die Funktionsweise eines jeden Unternehmens angepasst werden: Sie können entscheiden, Informationen an allen Arbeitsplätzen eines Standorts anzuzeigen und zu teilen, oder die Inhalte nach Sektoren filtern, ohne den Standort dabei zu berücksichtigen.

VERNETZEN SIE ALLE MITERBEITER

Mit einem Intranet können alle Mitarbeiter von verschiedenen Standorten zusammenarbeiten und so wertvolle Zeit sparen. Es dient als einziger Zugriffspunkt mit einheitlichen Funktionen und Homepages, während die speziellen mehrsprachigen Inhalte an den Standort angepasst werden.

Meistens wird das Firmenleben von der Unternehmenszentrale verwaltet. Das bedeutet, dass Remote-Mitarbeiter, Außendienstmitarbeiter und Mitarbeiter auf Reisen nicht vernetzt sind und den Eindruck haben, nicht am Leben des Unternehmens teilzuhaben.

Ein globales Intranet und seine Mobilgeräte-Version sind sehr nützlich und helfen diesen Mitarbeitern dabei, am Ball zu bleiben, indem sie Unternehmensnachrichten und Abteilungs-Updates bereitstellen.

Unabhängig davon, ob die Standorte des Unternehmens Labore oder Einzelhandelsgeschäfte sind, können sie Arbeitsmethoden austauschen und eine bessere interne Kommunikation sicherstellen. Bei Einzelhandelsgeschäften z. B. zentralisiert das Intranet die diversen verstreuten Points of Sale. Nach dem Einloggen im Internet über ihre Tablets können Mitarbeiter direkt auf relevante interne Nachrichten und Ressourcen zugreifen und ihre Finger in Echtzeit an den Puls der Unternehmenszentrale legen.

EINIGE METHODEN ZUR STÄRKUNG DER MARKENIDENTITÄT

- **Ein Fotowettbewerb:** Er fördert gemeinsame Werte. Dabei werden Mitarbeiter gebeten, sich mit Werbegeschenken des Unternehmens zu fotografieren. Auf diese lustige Weise können Sie Ihre Unternehmensmarke persönlich gestalten.
- **Das Thema der Woche:** Es fördert das Engagement der Mitarbeiter und fördert die Erstellung von Inhalten im Intranet zu unternehmensstrategischen Themen.
- **Verwenden Sie das Newsletter-Modul.** Lokale Mitarbeiter erstellen schnell, mühelos und ohne zusätzliche Kosten ihre eigenen Newsletter. Auf diese Weise können Sie ganz einfach

Ihre Ausgaben senken!

- Interaktive Inhalte wie Videos, Rätsel, Wettbewerbe, Replays von Besprechungen, Webinare: Ihre Mitarbeiter suchen sich aus, wann sie was anschauen möchten.
- **Livestream-Events:** Stellen Sie sie auf der Plattform ein, damit Ihre Remote -Mitarbeiter auf dem Laufenden bleiben!

Teilen Sie Ihre Unternehmensidentität auch schriftlich mit



Wenn Sie Ihr Intranet eingerichtet und ihm Ihre Unternehmensidentität eingehaucht haben, sollten Sie es mit Corporate-Inhalten auffüllen. Hier sind einige Ideen aufgeführt, wie Sie Werte und Ihre Vision im Intranet darstellen können:

- Zuerst einmal ist eine Wissensbank für Neuzugänge wirklich nützlich. Hier finden sie wichtige Unterlagen wie z. B. Eingliederungsrichtlinien, eine Unternehmensgeschichte, einen Bereich für die Missionen und Werte, Kundenberichte, einen Link zur Registrierung für die Unternehmenskulturschulung usw. Ggf. können zusätzliche Fragen über die Chat-Funktion beantwortet werden.
- Richten Sie eine Führungskräfte-Ecke oder einen CEO-Blog ein, in dem Manager Visionserklärungen mit den Mitarbeitern teilen können (z. B. im Rahmen einer Geschichte).
- Richten Sie eine „Über uns“-Seite ein und integrieren Sie sie anhand eines Reiters auf der Internet-Seite. Dies ist auch eine passende Methode, um alle Mitarbeiter über das Unternehmen zu informieren.

Informieren Sie über erreichte Ziele, um alle Mitarbeiter einzubeziehen

Ein Blick auf diese Daten genügt, um zu zeigen, dass die Kommunikation über die Ziele und Erfolge des Unternehmens ungenügend ist.

Um dagegen anzugehen, sollte Führungskräfte gelegentliche Besprechungen einberaumen, um zu informieren und die Aufmerksamkeit auf das zu lenken, was im Unternehmen geschieht, die Rollen der Mitarbeiter bei Projekten festzulegen und klare Ziele zu vermitteln.

Mit modernen digitalen Tools wie Videokonferenzen und Intranet können Sie sich nicht mehr herausreden! Sie können jetzt Mitarbeiter verschiedener Standorte unter ein und dasselbe Dach bringen und sich problemlos mit ihnen austauschen.

Eine zuordenbare Unternehmenskultur: Sie vermittelt den Sinn und Zusammenhang, den jeder braucht.

Jedes Unternehmen benötigt ein effizientes Mittel zur Verbreitung seiner Vision und Werte.

Ihre Mitarbeiter werden ihre Zeit im Büro umso mehr genießen, wenn sie feststellen, dass Ihre Werte mit den ihrigen übereinstimmen.

In Ihrem Bemühen, die „12 Elemente für großartiges Management“ (Siehe Anhang) zu definieren, betont Gallup in Frage Q08 die Bedeutung des Einklangs zwischen Mitarbeitern und Unternehmensvision:

„Die Mission oder der Geschäftszweck meines Unternehmens zeigt mir, dass mein Job wichtig ist.“

“ Nur 34 % der Millennials geben an, in den letzten 30 Tagen eine Geschichte darüber gehört zu haben, wie ihr Unternehmen einen Kunden dazu angehalten hat, sein Geschäft oder sein Leben zu verbessern.

„Millenials not connecting with their company's mission“, Gallup, (15.11.2016)

Mitarbeiter müssen engagiert sein und sich für die Dinge interessieren, an denen sie arbeiten.

Fördern Sie eine gemeinsame Unternehmenskultur mit allen Mitarbeitern, um ein Zugehörigkeitsgefühl zu schaffen.

Auf ihrem Niveau sollten die Führungskräfte der jeweiligen Abteilungen sich an der Unternehmensvision und deren Werten ausrichten und ein Umfeld schaffen, in dem das Erreichen der Unternehmensziele zum täglichen Leben gehört.

Jedes Team und jede Abteilung sollte verstehen, was es oder sie zum Unternehmen beiträgt und wie dies dazu führt, dass die Vision des Unternehmens in Erfüllung geht.

Ein Blick in die Zukunft:

Neulich schrieb Forbes in ihrem Artikel "Company's vision and values: do they still matter?" (28.03.2018): "Ein neuer Bericht des „World Economic Forum“ belegt, dass für Millennials der „Sinn und Zweck“ bei der Arbeit nach dem Gehalt der zweitwichtigste Faktor für die Erwägung eines Stellenangebots ist."

GEBEN SIE IHREN MITARBEITERN DIE ENTSCHEIDUNGSFREIHEIT, DIE SIE VERDIENEN

Die meisten Unternehmen bestätigen, dass es wichtig ist, Mitarbeitern und Unternehmenserfolgen Anerkennung zu zollen. Daher sollten Ihre Mitarbeiter immer an zentraler Stelle stehen: Sie müssen sich bewusst sein, dass sie „Unternehmenswerte“ und wichtig für das Wohlergehen des Unternehmens sind.

Um dies zu erreichen, müssen Führungskräfte die Bedürfnisse der Mitarbeiter kennen und lernen, aktiv zuzuhören. Das fördert nicht nur die firmeninterne Innovation, sondern zeigt auch, dass allen Mitarbeitern ein hoher Stellenwert beigemessen wird.

BITTEN SIE IHRE MITARBEITER UM FEEDBACK

In ihrem von Forbes veröffentlichten Artikel "Company's vision and values: do they still matter?" schlägt Julie Chakraverty vor, die Vision gemeinsam mit den Mitarbeitern aufzufrischen, zu aktualisieren und zu besprechen. Da die Unternehmensvision ein im Laufe der Zeit zu erreichendes Ziel ist, scheint es absolut passend, es als eine sich entwickelnde Botschaft zu betrachten.

Außerdem sollten Unternehmenswerte die tägliche Arbeit und die Vorgänge am Arbeitsplatz der Mitarbeiter widerspiegeln. Weil die Mitarbeiter dieses Umfeld täglich erleben, sind sie bestens in der Lage, Feedback zu geben und ihren Beitrag zum Erfolg zu leisten. Sie können wirklich zur Gestaltung und Anpassung der Vision und Strategie beitragen.

"39 % der befragten Mitarbeiter in Großbritannien würden gerne mehr zur Vision und zu den Werten beitragen. In IT-Abteilungen erreicht diese Zahl sogar 74 %"

– Umfrage von Runway bei 2.000 britischen Mitarbeitern

SAGEN SIE IHRE MEINUNG (IM INTRANET)

Nutzen Sie das Intranet mit seinem speziellen Selbstentfaltungsbereich, um Feedback zu erhalten und fragen Sie Ihre Mitarbeiter, was sie von Ihrer Vision und Ihren Werten halten.

Das Intranet bietet Ihrem Unternehmen die Folgenden Vorteile zur Förderung der internen Kommunikation:

- Bitten Sie Ihre Mitarbeiter um Feedback. Nutzen Sie dazu Umfrage-Tools wie Google Form oder Microsoft Forms
- Richten Sie eine virtuelle Ideenbox ein – sie wird Ihre Mitarbeiter dazu ermutigen, Ideen vorzuschlagen. Alternativ können Sie das Verfahren auch anonymisieren
- Richten Sie Communities ein; Sie fördern das Engagement Ihrer Mitarbeiter und den Austausch von Meinungen sowie Gespräche über die Vision und ihre Rolle im Unternehmen
- Die Möglichkeit, Inhalte zu liken und Kommentare zu posten bietet die Gelegenheit, seine Meinung frei auszudrücken.



Fazit

Es kann sich als umständlich erweisen, all Ihren Mitarbeitern und Filialen die Unternehmensvision zu übermitteln und zu vermitteln. Aufgrund der Komplexität der Vision selbst, die aus der Mission, den Werten und der Strategie des Unternehmens entstanden ist, ist es nicht einfach, sie für alle klar und deutlich zu erläutern.

Mit einem modernen Intranet jedoch können Sie effizient aufbauen, vermitteln und darstellen, worum es bei Ihrem Unternehmen geht, wofür es steht und was aus ihm werden soll.

Ihre Mitarbeiter sind stärker engagiert und vertrauen den eigenen Fähigkeiten zur Gestaltung Ihres Arbeitsumfelds. Und das führt letztendlich zur gewünschten Produktivitätssteigerung.

About LumApps

LumApps ist eine preisgekrönte Social-Intranet-Lösung, die ein umfassendes Arbeitsumfeld schafft, das vollständig in Ihre Kollaborations-Software und Unternehmens-Apps integriert ist. Unternehmen nutzen diesen Mitarbeiter-Hub, um innerbetriebliche Hindernisse zu beseitigen und die Unternehmenskommunikation zu straffen. Nutzer erhalten einen einheitlichen Zugriff auf alle Firmeninhalte, Unternehmens-Tools und sozialen Funktionen. Because ultimately, our mission is to make people feel that they belong and have a purpose.

Learn more at: www.lumapps.com or contact@lumapps.com

