

Vertrauen: Eine wichtige Unternehmensressource

von Christian Schön



Sowohl für eine erfolgreiche Investorensuche als auch bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter und der Neukundengewinnung sind Unternehmen auf einen Vertrauensvorschuss angewiesen. Mittelständische Firmen genießen in Deutschland einen besonders guten Ruf. Zu diesem Ergebnis kam unter anderem die im Oktober 2016 von PwC veröffentlichte Umfrage zum Thema „Wettbewerbsvorteil Vertrauen“. Die Meinung, dass mittelständische Unternehmen im Vergleich zu Konzernen und Start-ups am verantwortungsvollsten geführt werden, vertraten hier sechs von zehn Deutschen. Auch bei Kundenorientierung und fairen Arbeitsbedingungen lagen Familienunternehmen vorne. Diese Vertrauenswürdigkeit ist für den Mittelstand ein hohes Gut. Getreu dem Motto „Tue Gutes und sprich darüber“ kann durch die Fokussierung der Kommunikation auf den Aspekt „Familienunternehmen“ das Vertrauen in ein Unternehmen positiv gestärkt werden.

Ziel sollte es dabei sein, die Leistungen einer Firma sowie ihrer Produkte und Dienstleistungen glaubwürdig zu kommunizieren. Herausragend designte Logos und auf Hochglanz gestylte Broschüren sind zwar schön anzusehen, vermitteln aber keine Authentizität und gehen oftmals an der Zielgruppe vorbei. Wichtiger ist die Kommunikation der Werte, die im Unternehmen gelebt werden. Eine umfangreiche und ehrliche Analyse der eigenen Stärken und Ziele sowie die Entwicklung einer eigenen Philosophie ist hierfür ratsam. Weitere Eigenschaften der Unternehmenskultur können kommunikativ ebenfalls in den Vordergrund gestellt werden. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse lässt sich ein realistisches Unternehmensprofil erstellen, an dem sich Marketingmaßnahmen viel besser orientieren können. Die Kommunikation lässt sich mit authentischen Inhalten füllen, und die Bedürfnisse von Beschäftigten und Kunden können noch stärker bei Unternehmensentscheidungen berücksichtigt werden. Im Vergleich mit anderen Marktteilnehmern erscheint das Unternehmen dadurch einzigartig und hebt sich positiv hervor.

Doch welche Handlungsoptionen gibt es, wenn Vertrauen verspielt wurde? Gerade in Sanierungs- und Restrukturierungssituationen stellen Unternehmen häufig fest, dass sie auch eine Vertrauenskrise zu bewältigen haben. Die Gerüchteküche brodelt, und ein sinnvolles Krisenmanagement fehlt. „Mangelnde Kommunikation und fehlende Transparenz zählen zu den Hauptgründen, warum Vertrauen verloren gegangen ist. Bei der Bewältigung ist Offenheit Trumpf und strategisches Handeln

gefordert. In unserer Beratertätigkeit erleben wir oft, dass wir als Mediatoren zwischen dem Management und Gläubigern, Kunden und Belegschaft gefragt sind, um wieder eine Basis für einen vertrauensvollen Umgang miteinander zu schaffen“, sagt Thorsten Holland, Geschäftsführender Partner der Angermann Consult GmbH.



Allen Unternehmen sollte zu jedem Zeitpunkt bewusst sein, dass Vertrauensarbeit kein Prozess ist, der jemals endet. Vielmehr muss unternehmerisches Handeln fortwährend bestätigen, dass das dem Unternehmen entgegengebrachte Vertrauen tatsächlich berechtigt ist. Ein Verstärker kann hierbei die Mitgliedschaft in Verbänden und Organisationen sein, durch die sich ein Unternehmen verpflichtet, Standards einzuhalten und ethische Werte zu vertreten.

Kontakt:

Thorsten Holland
040-3 49 14-180
thorsten.holland@angermann.de

www.angermann-consult.de