



Erst Sprache verankert die Marke im Unterbewusstsein und baut eine langfristige, erfolgreiche Kundenbindung auf.

Warum?

Menschen

haben die Angewohnheit zu jenen Geschichten zu werden, die sie erzählen oder die permanent von ihnen erzählt werden. Menschen tauchen ein in die Sprache des Unternehmens, schöpfen aus ihr und gestalten aus dieser Sprache ihre Lebenswirklichkeit. Ist diese Sprache rational dominiert und geprägt von Allgemeinplätzen, geht soziale Wärme verloren.

Prof. Werner Schöny.

Sinn wird nicht mehr spürbar. Im Gegenteil: „Viele Menschen fühlen sich ausgeschlossen, sie verstehen die Welt nicht mehr, ein Gefühl der Leere macht sich breit.“ Unternehmenssprache erhöht nicht nur den Erfolgsdruck des Einzelnen, sondern erzeugt Ängste.

Druck erzeugende Unternehmenssprache, lässt Menschen innerlich ausbrennen anstatt sie zu beteiligen. Wir leben in einer Welt der abstrakten Sprache, in einer Welt, in der die Sprache den Einzelnen immer mehr unter Druck setzt.

Rote Karte für krank machende Sprache!

„Eine Sprache, die sich stark an Zahlen und Terminologien orientiert, kann Existenzängste beschleunigen. Zahlen und



Fakten sind zwar als Grundgerüst okay, nicht aber als Sinn-generator für ein Unternehmen. Ist die Unternehmenssprache eine Sprache des „Erfolgsdrucks“, der wirtschaftlichen Spannung, des Überforderns, geraten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr leicht unter psychischen Druck,“ so **Prof. Univ. Doz. Prim. Dr. Werner Schöny.**



Mag.^a Lisa Pill

„Wer es schafft, bei seinem Publikum Bilder zu produzieren, hat bessere Chancen gehört zu werden.“



Mag. Wolfgang Rodlauer

„Der Gefühlswert der Worte hat einen starken Einfluss auf die rechte Gehirnhälfte.“

A-4020 Linz, Landstraße 84/3
Telefon 0043.732.66305921
office@pillcom.at
www.pillcom.at

Der einzige USP, den es heute noch gibt, ist die Beziehung zwischen Kunde und Mitarbeiter. Wenn Sie diese Beziehung einzigartig machen, haben Sie gewonnen.

Jüngste Referenzen und ihre Statements zum Thema Sprachkultur:



Manfred Huemer

Leitung HR Management
Greiner Packaging GmbH

„Werte zum Leben bringen, heißt für uns: Hineinhören in die Wertewelt der Mitarbeiter. Unsere Analyse legt den Pulsschlag von Greiner frei. Dadurch sind wir in der Lage, unsere Unternehmenskultur noch spürbarer und erlebbarer zu machen.“



Werner Ninaus

Geschäftsführer
Greiner Packaging GmbH

„Das Abklopfen der Wertewelt und das Filtern der Knackpunkte macht klar, wie Werte erlebt, interpretiert und gedeutet werden. Je bildhafter diese Werte für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind, desto nachhaltiger die Unternehmenskultur.“

Was Sprachkultur bewirkt?:

- > Bringt die Positionierung des Unternehmens auf den Punkt
- > Entschärft den Erfolgsdruck und erhöht das Wir-Gefühl (stärkt die Gemeinsamkeit)
- > Schafft Einzigartigkeit
- > Vereinfacht Kommunikationsaufgaben: so sind Mitarbeiter schnell in der Lage, den Sinn und Zweck des Unternehmens zu erklären)
- > Mitarbeiter fühlen sich als Teil der Erfolgsgeschichte/sie fühlen sich identifiziert
- > Kommunikation nach aussen wird klar und leicht verständlich
- > Erst Sprache macht Ihre Marke nachhaltig spür- und erlebbar



KR Ferdinand Wieser

BMD Systemhaus GmbH

„Sprachbilder beschleunigen den Imagewandel unseres Unternehmens und bringen uns auf die emotionale Überholspur.“

Mehr unter www.pillcom.at und bei einem persönlichen Termin.
Mag. Lisa Pill – 0732/66305921 oder 0664/3100210.