Interne Kommunikation

Autor(en): **Koller, Beatrice**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **98 (1991)**

Heft 6

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-679430

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

nisch optimale Lösung zu erreichen. Dazu kommt noch, dass die Geräte zeitlich exakt gesteuert sein müssen. Das betrifft sowohl die Betriebsarten, z. B. Aussenluft und Umluft, wie auch die Soll-Temperaturen (z. B. Nachtabsenkung).

Wirtschaftlichkeit

Im Vergleich zur Zentralanlage mit Luftkanälen ist die Installation einfacher und dadurch billiger. (Verständlicherweise ist es leichter, eine Kühlmedienleitung zu isolieren als einen Lüftungskanal mit gekühlter Zuluft).

Dank der eingebauten Energierückgewinnung mit einem Wirkungsgrad von 65% kann vor allem während der Heizperiode enorm Energie eingespart werden. Ausgeführte Anlagen haben gezeigt, dass bis zu einer Aussentemperatur von +5 °C keine zusätzliche Energie benötigt wurde. Besonders interessant wird bei solchen Anlagen der Einsatz von umschaltbaren, luftgekühlten Kältemaschinen. Als Wärmepumpe arbeitend, kann die restliche noch notwendige Heizenergie kostengünstig hergestellt werden.

Dazu kommen die erwiesenen Vorteile von dezentralen Anlagen. Besonders die Einzelregelung der Geräte wirkt sich positiv aus; dadurch ist eine schnelle und gezielte Reaktion z. B. auf Sonneneinfall möglich.

M. Woerz, Hoval Herzog AG, Feldmeilen ■

Interne Kommunikation

Im Zeitalter der Informationsüberflutung ist es wichtig, sachlich und korrekt zu informieren. Ein gesundes Vertrauen und Verständnis der Mitarbeiter für das Unternehmen sind die Grundlage einer erfolgreichen Geschäftsführung und umgekehrt auch das Vertrauen der Geschäftsführung in die Mitarbeiter.

Die Zeiten der autoritären Führung sind vorbei. Die Wirtschaft braucht aktive, mitdenkende Menschen, die wissen was, und warum sie etwas tun. Nur bewegliche und motivierte Mitarbeiter können zum langfristigen Erfolg eines Unternehmens beitragen. Im Kanton Zürich bewilligte im Februar 1991 der Kantonsrat eine Besoldungsrevision, in der in Zukunft die persönliche Leistung der Mitarbeiter miteinbezogen wird. Selbst in den Amtsstuben ist die Zeit der sturen Lohnstufe nach Dienstjahren endgültig vorbei: aktives Mitdenken wird zur Notwendigkeit.

Mitarbeiter

Alle Mitarbeiter sind Interessenvertreter eines Unternehmens. Sie tragen positive wie auch negative Botschaften aus dem Betrieb. Konflikte bahnen sich dort an, wo der Mitarbeiter seine sozialen oder Sicherheitsbedürfnisse nicht mehr wahrnehmen kann. Er fühlt sich verunsichert. Der Betrieb ist kein luftleeres Gefüge, das nur über den Verkauf mit der Aussenwelt in Verbindung steht. Der heutige Mitarbeiter bewegt sich im Unternehmen freier. Er äussert seine Meinung und weist auf seine Bedürfnisse hin.

Vertrauen aufbauen

Gegenseitiges Vertrauen und Verständnis im Umfeld einer Organisation sind eine Zielsetzung und Grundlage jedes Unternehmens. Die Mitarbeiter müssen darin miteinbezogen werden. Das Bedürfnis nach sachlicher Information über Ziele und Entscheidungen sind für Mitarbeiter von grosser Bedeutung. Die Unternehmen sollten sich verpflichten, Transparenz zu schaffen und die einzelnen Mitarbeiter in das Firmengeschehen zu integrieren. Dadurch übernimmt die Geschäftsleitung die Funktion des Kommunikators.

Informierte Mitarbeiter sind motiviert und identifizieren sich mit «ihrem» Betrieb. Kreativität, Innovationskraft, zielgerichtete und koordinierte Aktivitäten, konkurrenzfähige Produkte und Dienstleistungen sind unerlässlich. Der Ruf sowie die Leistung prägen das Unternehmen in der Öffentlichkeit. Das Unternehmen soll gegenüber dem Mitarbeiter handeln und nicht in eine Abwehrstellung gehen.

PR beginnen zuhause. Diese Weisheit gewinnt zunehmend an Bedeutung. Interne Kommunikation sind Teil der gesamten Kommunikation eines Unternehmens.

Führungsinstrument

Die interne Kommunikation gehört zur Unternehmensführung, weil sie die Mitarbeiter- und Sozialpolitik sowie die Organisationsstruktur beeinflusst. Ziele der internen Kommunikation sind das Verständnis für inner- und ausserbetriebliche Zusammenhänge zu schaffen, die Zusammenarbeit zu stärken und das Zusammengehörigkeitsgefühl zu fördern. Weiter bringen sie die Einstellung und das Verhalten der Mitarbeiter mit der Unternehmensphilosophie in Einklang.

Information über die Weiterentwicklung des Unternehmens sollen nicht nur an das Kader, sondern an alle Mitarbeiter weitergeleitet werden. Klare Information schafft Vertrauen; ohne Dialog läuft nichts.

Im allgemeinen beschränken sich Kenntnisse über ein Unternehmen auf Produkte und Dienstleistungen. Dennoch sind es u. a. die Mitarbeiter, die das Firmenimage prägen: durch Verhalten, Einstellung, Tätigkeit, die Qualität der zwischenmenschlichen Beziehungen sowie die persönliche Ausstrahlung. Auch die Freizeitgestaltung der Mitarbeiter bestimmt den guten Ruf einer Organisation.
Alle gesetzten Ziele der internen Kommunikation müssen durch die Unternehmensleitung ausgelöst werden, um erfolgreich zu sein. Mit der internen Kommunikation verhält es sich gleich wie mit allen anderen Instrumenten einer bewussten Informationspolitik: die schönsten Konzepte nützen nichts, wenn sie nicht in die Tat umgesetzt sind und nicht danach gelebt wird. Ein modernes Unternehmen muss die Notwendigkeit des internen, offenen Dialoges einsehen, denn die Führung muss Kooperation und nicht Konfrontation auslösen.

Das Unternehmen

Unternehmen streben nach Gewinn, Umsatz, Wirtschaftlichkeit, Unabhängigkeit, Prestige und Macht. Der Mitarbeiter verkörpert alle diese Faktoren an erster Stelle. Kennt und versteht er die Unternehmensziele, so ist er dem Arbeitgeber wohlgesinnt. Der Betrieb, obwohl aus vielen Persönlichkeiten bestehend, tritt in der Öffentlichkeit als geschlossenes System auf. Daraus wird ersichtlich, dass Öffentlichkeitsarbeit als gesamtheitliche Bemühungen zu verstehen sind, und nicht als das Werk Einzelner. Alle Bemühungen für ein positives Image sind nur dann von Nutzen, wenn die Mitarbeiter motiviert und zufrieden sind. Interne Kommunikation hilft die internen Beziehungen so zu gestalten, dass eine «Unité de doctrine» entsteht.

Mehr Dialog

Was bringt mehr Dialog? Zunächst Abbau der Schwellenangst und der entsprechenden Skepsis vor dem Unternehmen. Dies trifft nicht nur für Mitarbeiter zu, sondern auch für die Partner wie Lieferanten, Gemeinde- und Kantonsbehörden, die Bevölkerung, und nicht zuletzt die Medien. Ist durch Offenheit des Unternehmens das Vertrauen der Mitarbeiter gewonnen, ergibt sich die beste Vorbedingung für jene Krisenfälle, die zwar von jedem Unternehmen als unmöglich zurückgewiesen werden, aber doch da und dort auftreten.

Die Zeiten der «anonymen» Firmen, deren Innenleben eifersüchtig gehütet wurde, sind vorbei. Formen demokratischer Spielregeln haben auch die Industrie erreicht. Ihre Respektierung verhilft zu Vorteilen auf dem Arbeitsmarkt, zur Firmentreue der Mitarbeiter und damit zur besseren Qualität der Produkte.

Beatrice Koller ■

Ein Entsorgungsproblem weniger!

Neue Wege im Stopfwattenversand finden bei den Abnehmern ein grosses Echo. Die Sorge um Rohstoffressourcen und Entsorgung von Abfällen sind bei den Konsumenten ein wichtiges Anliegen. Wiederverwendbare Verpackung ist die Lösung.

Stopfwatte ist ein beliebtes Produkt zum Füllen und Stopfen von Kissen, Puppen und Stofftieren. Bastler, Handarbeitsschulen und Privathaushalte benutzen sie schon seit Jahren. Stopfwatte besteht aus 100% reinen, allergiefreien und hygienischen, weissen Polyesterflocken. Man bezieht sie meistens in kleineren Mengen in Warenhäusern oder per Post in 5 kg Schachteln vom Hersteller direkt. Diese grossen Kartonschachteln wurden nur einmal verwendet und weggeworfen.

Neidhart + Co. AG, Wattefabrik, in Rickenbach bei Winterthur geht ganz neue Wege. Sie entwickelte eine mehrfachverwendbare Kartonbox, die nach dem Verbrauch der Stopfwatte einfach wieder leer an die Herstelleradresse zurückgesandt werden kann. Neidhart stiess dabei auf ein grosses Interesse von Seiten der Konsumenten.

Nicht unbedeutend ist der Beitrag zur Verringerung der Abfallberge, da diese Kartonboxen bis zu zehnmal wiederverwendet werden. Der jährliche Verbrauch von Einwegboxen liegt ca. bei 2000 Schachteln. Es ist zu hoffen, dass noch viele andere Hersteller mit ähnlichen Aktionen diesem Beispiel folgen werden.

Neidhart & Co. AG,
8544 Rickenbach-Attikon
Mitglied der Swiss High-Tex Group ■