

Historische Kommunikation Kulturelles Kapital heben

Die Geschichte des Unternehmens ist kulturelles Kapital.

Die Geschichte eines Unternehmens ist für die Mitarbeiter ein wichtiger Teil der Unternehmenskultur, in der öffentlichen Wahrnehmung ist sie Bestandteil des Images. Darum gehört die Geschichte zu Gegenwart und Zukunft eines Unternehmens und sollte aktiv kommuniziert werden. Mit „War das schön“ ist es dabei nicht getan.

Es geht um die Bewahrung des Bewusstseins für erbrachte Lösungen.

Bei Unternehmensgeschichte geht es zum einen um die Bewahrung des technischen und strukturellen Know-hows, zum anderen aber auch um die Bewahrung des Bewusstseins für erbrachte Lösungen und zukünftige Aufgaben. Durch planvolle historische Kommunikation wird aus „War das schön“ kulturelles Kapital.

Unternehmensgeschichte generiert Mehrwert.

Damit generiert Unternehmensgeschichte Mehrwert immer dann, wenn sie kommuniziert wird. Denn Geschichte gehört nicht in den Keller, sondern in die Mitarbeiterzeitung, das Intranet, Geschäftsberichte, Präsentationen, auf die Homepage, in einen Blog. Hier zeigt sie Mitarbeitern und Kunden, was nachhaltig im Unternehmen steckt: Geschichte vermittelt die lange Erfahrung des Unternehmens und seine Kompetenz, Beständigkeit und Souveränität.

Historische Kommunikation gehört in professionelle Hände.

Die Vermittlung der Unternehmensgeschichte, ihrer herausragenden Gestalten und Projekte, gehört in die professionellen Hände eines Historikers. Er identifiziert relevante Themen für die historische Kommunikation. Mit historischem Wissen analysiert er die Geschichte des Unternehmens und stellt sie in den richtigen Kontext.

„Culture eats strategy for breakfast.“ (Peter Drucker)

Zahlreiche Studien konnten die Bedeutung der Unternehmenskultur für den ökonomischen Erfolg zweifelsfrei belegen. In vielen Managementansätzen wird sie heute als Aufgabe des strategischen Managements wahrgenommen. Hier trifft sich der angeblich weiche Faktor Unternehmenskultur mit dem Alltagsgeschäft. Für eine erfolgreiche Unternehmensführung ist die Anpassung – und das ist eine Selbstverständlichkeit – an sich ständig verändernde Märkte unerlässlich. Die Unternehmenskultur muss dafür offen sein und diese Veränderungen mitgehen.

Unternehmensgeschichte bietet viele Möglichkeiten, mit historischen Projekten die Anpassung eines Unternehmens an die Herausforderungen des Marktes aufzuzeigen. Eben das leistet historische Kommunikation. In Abstimmung mit den Leitlinien der Unternehmenskommunikation werden entsprechende Maßnahmen konzipiert und umgesetzt.

Strategisch durchdacht wird Unternehmensgeschichte damit zu einem wichtigen Bestandteil für eine gezielte Gestaltung von Unternehmenskultur.

Sie möchten mehr zu dem Thema wissen? Dann sprechen Sie mich an:
E-Mail: info@birgit-siekmann.de