

Herr Rest, Ihr Buch heisst «Als Firma auf- oder abtreten» – ein frecher Titel.

Unternehmen, die im Zeitalter austauschbarer Produkte und Dienstleistungen nicht lernen, kommunikativ eigenständig und überzeugend aufzutreten, werden abtreten. Diese Erkenntnis ist alt – im Kontrast zu praxistauglichen Lösungsansätzen. Hier setzt mein Buch an.

Warum generell noch ein Buch zum Thema Unternehmenskommunikation?

Weil Erfolgsentscheidendes noch nie auf so knappem Raum daher kam. Dieses Buch kommt schneller auf den Punkt als bisherige Kommunikationsbücher. Es setzt direkt dort an, wo Schweizer Firmen aktuell anstehen, wenn es um zeitgemässe Gestaltung von Unternehmenskommunikation geht. Meine Umfrage brachte Erstaunliches zu Tage.

Wo stehen denn Unternehmen heute konkret an in der Kommunikationsarbeit?

Gemäss Umfrage besteht das grösste Optimierungspotenzial in der Organisation von Unternehmenskommunikation und in der Gestaltung der Medienarbeit. Vielen fehlt die Zeit dafür. Entsprechend wichtig ist eine effiziente und effektive Planung. Weiter lassen sich in der Einschätzung der Firmen eigene Publikationen und vor allem auch unwirksame Leitbilder stark verbessern.

Was raten Sie Schweizer Unternehmen vor diesem Hintergrund konkret?

Mündliche, schriftliche und mediale Einzelauftritte von Unternehmen lassen sich mit wenig Technik schnell optimieren. Der Weg zum professionellen Gesamteindruck führt über ein eigenständiges Profil und ein clever formuliertes Leitbild, das auch wirklich leitet. Kommunikationsmanagement lässt sich mit guter Konzeptionstechnik professionalisieren. Ich rate zur Anwendung meiner drei im Buch beschriebenen, praxiserprobten Techniken.

Was leistet «Als Firma auf- oder abtreten» im Vergleich zu anderen Büchern mehr?

Ich halte es einfach für äusserst praxisnah.
Vorteil 1: Sie lesen, denken und wenden an.
Vorteil 2: Es bietet drei konkrete Techniken.
Vorteil 3: Sie planen auf nur einer A4-Seite.

Wem empfehlen Sie das Buch?

Kleinen Firmen und grossen Konzernen, Kommunikations-Profis und -Interessierten – denn es geht von neuen Ansätzen aus.

