

CSR und Corporate-Language - Interview mit Oliver Haug



Oliver Haug ist geschäftsführender Gesellschafter der H&H Communication Lab GmbH und begleitet Unternehmen bei der Analyse und Optimierung ihrer Kommunikation sowie bei der Entwicklung und Etablierung eigener Corporate-Language-Konzepte.

Auf dem 3. Deutschen CSR-Kommunikationskongress ist Oliver Haug Gast im Workshop "Nachhaltigkeitssprech: von sensibel zu mutig".

Was fällt Ihnen beim Betrachten der von Unternehmen und Organisationen benutzten Sprache auf, auch im Bereich der Corporate Social Responsibility?

In allen Branchen und Kommunikationsbereichen gibt es unzählige Beispiele, die verdeutlichen, dass eine zielgerichtete Kommunikation keine Selbstverständlichkeit ist. In vielen Fällen verpuffen Kommunikationsmaßnahmen, weil sie weder auf die Zielgruppe und den jeweiligen Kanal angepasst sind, noch auf das Unternehmen und die Marke einzahlen.

Könnte es für Organisationen generell und CSR-Mitarbeiter speziell hilfreich sein, mehr Mut beim Gebrauch von Sprache zu zeigen?

Ja. Dabei hat Mut aber verschiedene Ausprägungen - je nach Organisation und Personenkreis. Mut kann beispielsweise bedeuten, die eigene Haltung zu hinterfragen. Mut kann auch bedeuten mit gewohnten Verhaltensmustern zu brechen. Und am Ende bedeutet Mut vor allem, die notwendigen Veränderungen einzuleiten und neue Wege zu gehen, wenn notwendig.

Wie kann sich eine Organisation oder einzelne Kommunikationsverantwortliche dahin entwickeln, eine eigene - idealerweise wiedererkennbare - Sprache zu finden?

Es gibt eine Reihe von Maßnahmen, die möglich und notwendig sind, um den Kommunikations-Output zu prüfen, zu steuern und nachhaltig zu verbessern. Das hängt bei der persönlichen Haltung der handelnden Personen an und geht bis zum Einsatz von technischen Tools, um die Qualität der Sprache in den Kommunikationsprozessen von Unternehmen oder Organisation zu sichern. Es muss jedoch immer im Einzelfall analysiert werden, welche Maßnahmen notwendig und möglich sind.