

Firmenjubiläen angemessen darstellen

Es gibt etwas zu feiern – gibt es auch etwas zu sagen?

Jedes Unternehmen, das sich erfolgreich entwickelt hat, feiert eines Tages ein Jubiläum. Obwohl der Termin lange absehbar ist, kommt ein solches Ereignis in vielen Firmen doch überraschend. Irgendwie wie alljährlich Weihnachten...

Wer stets gewappnet sein will, beauftragt seine Marketing-, Werbe- und oder Presseabteilung, die wichtigsten Meilensteine nachzuhalten und daraus die Firmengeschichte zu schreiben und fortzusetzen. Wenn das richtig gemacht wird, ist das wie die fortlaufende Inventur und die Unternehmens-Chronik wächst und entwickelt sich mit dem Unternehmen.

Wenn man das nicht macht, steht das Unternehmen plötzlich und unerwartet vor der Aufgabe, eine Firmen-Chronik aus dem Boden zu stampfen. Eine Chronik, die sich als Broschüre, Web-Text oder gar als Buch herausgeben lässt und das Unternehmen mit all seinen Erfolgen und Herausforderungen adäquat darstellt.

Das ist die eine Seite. Die andere ist: Wie gratuliert man, wenn Mitarbeiter, Geschäftspartner oder Kunden ein Jubiläum feiern? Nicht immer ist die Anzeige in der lokalen oder regionalen Presse das Mittel der Wahl. Jedenfalls nicht das einzige. Und wer Wert auf Kunden- und Mitarbeiterbindung legt, darf sich etwas einfallen lassen. Würdigen Sie echte Kundentreue, denken Sie an Geburts- oder Namenstage. Zeigen Sie Ihre Wertschätzung für Ihre Mitarbeiter, indem Sie Betriebszugehörigkeiten angemessen honorieren, auch sprachlich. Gratulieren Sie Ihren Mitarbeitern zum eigenen Geburtstag sowie zur bestandenen Masterprüfung, zur Geburt oder zum Schulabschluss des Nachwuchses. Es gibt viele Möglichkeiten, den Menschen, mit denen wir zu tun haben, Respekt entgegenzubringen.

Beispiele und Anregungen auch für ein Glückwunsch-Management im Unternehmen finden Interessierte unter <http://www.baron-texttraining.de/index.php?id=buecher#c146>

Zeichen (ohne Leerzeichen): 1652

Zeichen (mit Leerzeichen): 1903

Die Autorin:

Gabriele Baron, seit 25 Jahren freiberufliche Texterin sowie Trainerin mit dem Schwerpunkt empfängerorientierte Korrespondenz und Kundenorientierung in der Kommunikation. Autorin u.a. des Bestsellers „Praxisbuch Mailings. Print- und Online-Mailings planen, texten und gestalten.“, mi-Verlag sowie „Glückwunsch! Passende Worte zu Jubiläum, Beförderung & Co.“, Verlag C.H. Beck.

Gabriele Baron, Text & Training, Abt-Walther-Straße 4, 94081 Fürstzell,
Telefon (08502) 48 95 27 82, info@baron-texttraining.de, www.baron-texttraining.de