

MIT SCHWUNG INS NEUE JAHR

Der Neujahrsbrief – ein starker Markenbote

Quelle: Thomas Abé



Manche Firma verzichtet auf Weihnachtsgrüße, denn es bedarf schon einiger Mühe, die Beziehung zum Empfänger auf diese Weise zu stärken. Weil das nur selten gelingt, versinken die meisten Weihnachtsbotschaften in der Beliebigkeit. Eine Alternative kann der Neujahrsbrief sein, weil das neue Jahr den Verfasser zwingt, nach vorn zu blicken, meint Sylke Schröder (Bild), Inhaberin des Briefstudios.

Scheinwerfer auf – Marke ins Licht. Jeder Neujahrsbrief garantiert Aufmerksamkeit, da er seinen großen Auftritt erst bekommt, nachdem die Flut der Weihnachtspost verebbt ist. Der Schwung des Jahreswechsels ist noch spürbar und die guten Vorsätze sind ebenfalls noch präsent. Neujahrsgrüße sind gerade für innovative Unternehmen wichtig, um den stetigen Wandel als Kern ihrer Marke in der Neujahrsbotschaft an ihre Kunden auch deutlich zum Ausdruck zu bringen.

Aufhänger finden und Spannung erzeugen. Ein thematischer Aufhänger kann besonders wirkungsvoll sein: Ein bevorstehender Meilenstein, zum Beispiel ein Jubiläum oder ein Wechsel in der Geschäftsführung. In diesen Fällen bietet der Neujahrsbrief eine Steilvorlage, um die Empfänger auf das Kommende einzustimmen. Selbst ohne ein bedeutsames Ereignis lässt sich ein Spannungsbogen aufbauen.

Hilfreich kann ein geistreiches Zitat sein, aus dem sich ein Text entwickelt, der die eigene Marke unterstreicht. Eine belebende Wirkung kann ein Neujahrsbrief erzielen, wenn der Absender etwas Unerwartetes ankündigt oder eine konkrete Erwartung äußert. Nach durchlebten Schwierigkeiten kann der Brief auch ein gutes Signal für einen Neubeginn sein.

Kraftvolle Worte benutzen und Stereotypen vermeiden. Der Briefeschreiber stärkt die Marke nur, wenn er einen Bezug zu seinem Unternehmen herstellt, vor allem auch mit konkreten Wertevorstellungen seiner Unternehmenskultur. Sogenannte Alphawörter wirken dabei als Verstärker: So kann der Verfasser zum Beispiel seine „Bodenständigkeit“ betonen, ohne es direkt zu schreiben. Er nutzt stattdessen Wörter, die die gleiche Stimmung erzeugen, wie beispielsweise die Begriffe „ursprünglich“, „Heimat“, „verwurzelt“, „Verbundenheit“, „zu Hause“, „verwachsen“, „ländlich“ oder „gediegen“. Wer zudem den Neujahrsgruß mit einer Vertriebsabsicht verbindet, der braucht ein glückliches Händchen beim Formulieren. Sonst könnte die Botschaft als blanke Werbung wahrgenommen werden. Fehlt die Zeit oder ist man sich nicht sicher, ob der Brief – sei es ein Neujahrs- oder Geschäftsbrief – die richtige Botschaft in glaubwürdiger und ansprechender Weise transportiert, so kann man sich auch vom Profi helfen lassen – www.briefstudio.de. ■

DGUV INFORMATION 215-210

Natürliche und künstliche Beleuchtung von Arbeitsstätten

Die Praxis zeigt: Arbeitsunfälle und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren können durch gute Beleuchtung vermieden werden. Ein neues Kompendium unterstützt hierbei die



Quelle: DGUV

Unternehmer im Umsetzen der Technischen Regeln für Arbeitsstätten „Beleuchtung“ (ASR A3.4), insbesondere mithilfe seiner praxisorientierten Anwendungsbeispiele und Abbildungen. Vor allem

kleine und mittlere Unternehmen und Beleuchtungsplaner finden hier wichtige Praxishinweise für das Optimieren der Beleuchtung. Die unter der Federführung des Sachgebietes „Beleuchtung“ der DGUV erstellte Information berücksichtigt mit den ASR A 3.4 den Stand der Technik, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen der Unfallversicherungsträger. In die Technischen Regeln für Arbeitsstätten ASR A3.4 „Beleuchtung“ sind auch die wesentlichen Punkte der zurückgezogenen BGR 131 „Natürliche und künstliche Beleuchtung von Arbeitsstätten“ Teil 1: Handlungshilfen für den Unternehmer und Teil 2: Leitfaden zur Planung und zum Betrieb der Beleuchtung mit eingeflossen. Die neue DGUV I 215-210 steht zum Download zur Verfügung unter: www.dguv.de. ■

BEISPIEL FÜR ERFOLGREICHE UNTERNEHMENSNACHFOLGE

GAZ Notstromsysteme gewinnt „Sächsischen Meilenstein 2016“

Bereits im sechsten Jahr ehrten die Bürgerschaftsbank (BB), die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft (MBB) sowie das Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

des Freistaates Sachsen im November fünf mutige Unternehmer für herausragende Leistungen. Was die Sicherung der unternehmensinternen Nachfolge anbetrifft, konnte die GAZ Notstromsysteme GmbH, Experte für Batterietechnik und Notstromversorgung aus Zwickau (Bild), die Jury überzeugen. Der bisherige Geschäftsführer Jürgen Katzer hatte sich frühzeitig mit der Nachfolgeregelung auseinandergesetzt. Er fand im Unternehmen geeignete Kandidaten, die bereits leitende Positionen in der Produktion,



Quelle: Tom Schulze

Verleihung des „Sächsischen Meilensteins 2016“ an die GAZ – v.l.n.r.: M. Dulig, J. Georgi, GAZ, H. Hellfritzsch, Juryvorsitzender, M. Knaak, GAZ, M. H. Michalow, Geschäftsführer der BB Sachsen/MBB Sachsen A. Nöske, GAZ, T. Spranger, IHK Chemnitz, R. Arndt, Moderation

im Einkauf, in der IT sowie im Service innehaben. Vor drei Jahren wurde das Konzept zum Generationswechsel umgesetzt – und der Erfolg spricht für sich. Dieser Kompetenzmix, verbunden mit einem außergewöhnlichen Engagement und dem Willen, die Nachfolge anzutreten, zahlten sich aus. „Natürlich sollte man sehen, dass die Mitarbeiter möglichst besser sind, als man selbst. Die Nachfolger sollten in der Lage sein, den Weiterbetrieb hinsichtlich ihrer Kreativität sowie der technischen und betriebswirtschaftlichen Herangehensweise zu führen“, erklärte der 66-Jährige. Die aktuellen Zahlen und Fakten stellten dies unter Beweis: Der Umsatz stieg seitdem um 10 %, die Mitarbeiterzahl wuchs von 34 auf 50. Eigenentwicklungen im Elektronikbereich sowie die Expansion in weitere Regionen sollen das Wachstum des Unternehmens künftig vorantreiben – vgl. auch Informationen unter: www.saechsischer-meilenstein.de, www.bbs-sachsen.de. ■