

Die Kunst zu begeistern

Unternehmerinnenforum: Qualität der Mitarbeiter ist nicht kopierbar

HOHENEMS – Nur der Mitarbeiter kann lächeln, dem auch zum Lachen zumute ist. Begeistert ein Unternehmen sein Team, begeistert das die Kunden. Arbeitgeber mit Qualität haben das begriffen. Wa(h)re Herzlichkeit liegt dabei im Detail und in der Stimme.

• Kornelia Pfeiffer

«Eine Piepsstimme killt jedes Chanel-Kostüm», sagt Ingrid Amon, «und ein erzwungen dumpfer Bass killt jeden Armani-Anzug.» Die Stimme signalisiert dem Gegenüber, ob man meint, was man sagt, der Ton lässt hören, ob man zu seiner Sache steht. Die liess die Trainerin für Sprechtechnik, Rhetorik und Präsentation 360 Frauen und Männer aus der Wirtschaft am Donnerstag beim zweiten Vorarlberger Unternehmerinnenforum in Hohenems im Zwerchfell und in den Stimmbändern fühlen. «Die Macht der Stimme» heisst ihr neuestes Buch, das Menschen lehrt, die Macht der eigenen Stimme zu erkennen und zu nutzen.

Stress in der Stimme hörbar

Von nichts gehe so viel Charme aus, wie von einem Menschen, der gut und gepflegt spreche, erklärt Amon. Forschungen belegten, dass Menschen mit warmer und tiefer Stimme lieber gehört werden als Menschen mit hoher, sich überschlagender Stimme. Und noch so lebhaft Argumente und tiefe Gedanken wirken wie ein Einschlafmittel, wenn die Stimme schwach und dünn ist. Wer angespannt ist, löst über die Stimme bei den Zuhörern ebenfalls ein Angespanntsein aus. Wer näselt, trägt fürs Publikum die Nase hoch, wirkt langweilig und mimosenhaft. Wer pathetisch spricht, wirkt unehrlich, aufgesetzt, unecht. «Viele Menschen sprechen



Von links: Landeshauptmann Herbert Sausgruber; Regierungsrätin Rita Kieber-Beck, Evelyn Bühler, Vorsitzende von Frau in der Wirtschaft Vorarlberg, Referentin Ingrid Amon, Kuno Riedmann, Präsident der Wirtschaftskammer Vorarlberg.

mit einer verzerrten Version ihrer Stimme», beobachtet die Stimmtainerin. Dauerstress, Anspannung, Ängste – all das ist in der Stimme hörbar und nicht zu verstecken.

Der Ton macht die Musik, sagt ein Sprichwort. Eine Studie von 2006 macht gar einen steigenden Einfluss der Stimme auf die Karriere fest. Und 97 Prozent der Befragten bestätigten sogar einen direkten Zusammenhang zwischen Stimmklang und Sprechweise der Mitarbeiter und dem Unternehmensimage. Kunden suchen auch in Zeiten digitalen Lifestyles den qualifizierten persönlichen Kontakt. Mit einem Lächeln denken «It's my show – and I love you all», diese Anleihe aus dem amerikanischen Showbusiness erweist sich auch in vielen Situationen im Wirtschaftsleben als sehr hilfreich. Wenn Frauen vollste Kompetenz zeigen wollen, dann brauchen sie dazu noch die tiefen Töne. «Men-

schen wollen auf charmante Art geführt werden von Menschen, die für ihre Sache brennen», fügt Nicole Kobjoll zur Stimme das Stimmungsmanagement hinzu.

Lust, Liebe, Leidenschaft

Sie erhielt 2007 den «Start up Preis» der Sparkassen und McKinsey für die beste Unternehmensnachfolge bis zum Great Place to Work, dem Schindlerhof, einem Vier-Sterne-Tagungshotel in Nürnberg. Der Schindlerhof ist auf Rang 20 unter den 100 besten Arbeitgebern in Europa. Im Wettbewerb der Besten bei den Besten komme es auf jedes Detail an, sagt Kobjoll. Über 800 Details habe das Hotel in den Marketingplänen. Die stärkste Säule der Qualität, die niemand kopieren könne, sei die gute Beziehung des Unternehmers zu seinen Mitarbeitern und damit die der Mitarbeiter zu den Kunden oder Gästen. Lust,

Liebe, Leidenschaft – dies den Mitarbeitern zu vermitteln, sei Aufgabe des Arbeitgebers von heute.

So wird im Schindlerhof jeder neue Mitarbeiter wie ein Ehrengast begrüsst. Der erste Arbeitstag des Neuen beginnt um zehn Uhr mit einem kleinen Fest: Künftige Kollegen und Vorgesetzte kommen zusammen, stossen mit dem Einsteiger an. Doch es bleibt nicht beim Willkommensgruss: Acht Weiterbildungstage und mehr pro Jahr sind Standard, Führungskräfte dürfen sich ein Auto aussuchen, das der Betrieb bezahlt. Das macht die Mitarbeiter doppelt so produktiv im Vergleich zum Branchendurchschnitt in Deutschland. Preis und Performance seien wichtig, Emotionen aber spielten, egal wo, immer eine Rolle. Jede kleine Schrunke von Stammgästen mit Vergnügen zu bedienen, das gilt im Schindlerhof als wahre Herzlichkeit.