



IfKiM-Studie unter mittelständischen Kommunikationsverantwortlichen Vom Chef alleingelassen?

Düsseldorf, 29. August 2011. „Mein Chef weiß, wofür er mich braucht“ – dieser Aussage mag in mittelständischen Unternehmen nur gut jeder zweite Marketing- oder Kommunikationsverantwortliche zustimmen. Die Übrigen vermissen bei der Geschäftsleitung vor allem echtes Interesse und Verständnis für professionelle Kommunikation. Das ist die zentrale Erkenntnis einer Umfrage des Instituts für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM) unter 50 Kommunikationschefs mittelständischer Firmen.

An sich haben die Befragten einen guten Draht zur Geschäftsleitung: Wie im Mittelstand üblich, berichten drei Viertel direkt an die Geschäftsführung. Doch nur rund 57 Prozent haben das Gefühl, dass der Chef ihnen genug Rückendeckung gibt.

Dementsprechend sehen auch die größten Herausforderungen für die Kommunikationsleiter aus: Fast zwei von drei Befragten haben damit zu kämpfen, Entscheidungsträger im Unternehmen von ihren Ideen, Strategien etc. zu überzeugen. Mehr als jeder Zweite wünscht sich, er könnte dafür den Erfolgsbeitrag von Kommunikation besser nachweisen und so die Rolle der Kommunikationsabteilung im Unternehmen stärken. Erschwert wird dies für mehr als 50 Prozent der Befragten durch personelle Engpässe.

All das schlägt sich merklich in der Zufriedenheit der Kommunikationsverantwortlichen nieder: Jeder Zweite sagt, seine Situation könnte besser sein; fast jeder Fünfte ist „eher unzufrieden“ bis „sehr unzufrieden“.

Stiefkind interne Kommunikation

Eines der größten Defizite im Unternehmen sehen die Kommunikationschefs ausgerechnet bei der internen Kommunikation. Für rund 44 Prozent ist sie schlicht zu informell; nur rund sieben Prozent gehen davon aus, dass interne Kommunikation für ihre Chefs besonders wichtig ist.

Eine alarmierende Zahl, so Thomas Lüdeke, Geschäftsführer des Instituts für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM): „Die Lösung fast aller mittelständischen Herausforderungen – sei es Unternehmensnachfolge, Fachkräftemangel oder Optimierung des Vertriebs – beginnt im Inneren.“



Erst dann folgt der Schritt nach außen.“ Die meisten Kommunikationsprofis wüssten das – die Geschäftsleitung habe hier aber oft noch Nachholbedarf.

Bildmaterial

4. A 4: Für wie wichtig hält Ihre Geschäftsleitung professionelle Kommunikation?		Response Percent	Response Count
Ohne Professionelle interne und externe Kommunikation geht bei uns nichts		46,7%	21
Interne Kommunikation ist für meinen Chef besonders wichtig		6,7%	3
Externe Kommunikation ist für meinen Chef besonders wichtig		22,2%	10
Professionelle Kommunikation ist ein nettes „Add-on“		24,4%	11
		answered question	45
		skipped question	5

Quelle: IfKiM 2011

Ansprechpartner

Thomas Lüdeke
Tel.: +49 211 24834-779
Fax: +49 211 24794-199
E-Mail: thomas.luedeke@ifkim.de

Über das Institut für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM)

Das Institut für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM) hat sich die Professionalisierung der Kommunikation im Mittelstand auf die Fahne geschrieben. Es stellt kleinen und mittelständischen Unternehmen kommunikatives Know-how zur Verfügung und hilft ihnen dabei, dieses Wissen in die Praxis umzusetzen. Großunternehmen berät das IfKiM zum erfolgreichen Umgang mit ihren mittelständischen Zielgruppen. Die drei Geschäftsbereiche des Instituts – Forschung & Veranstaltung, Verlag und Consulting – arbeiten dabei Hand in Hand.