

DEINE
CORPORATE
LANGUAGE

3 Gründe, warum dein Unternehmen
eine eigene Sprache braucht

- 
- Corporate Identity
 - Corporate Culture
 - Corporate Communication
 - Corporate Language**

ZIELFÜHRENDE & SINNSTIFTENDE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Wer ist dein Unternehmen? Wie teilst du seinen Wert der Welt mit?
Präzise und **kostengünstig** erreichst du das mit **Corporate Language**.



In diesem Mini-Guide überzeuge ich dich mit **3 guten Gründen**, warum dein Unternehmen eine eigene Sprache verdient.



Für 3 gute Gründe brauchst du **weniger als 5 Minuten**.
Für die ganz Schnellen: Ans **Eingemachte** geht es ab **Seite 4**.



Du lernst, wie sich die eigene Unternehmenssprache positiv auf deine **Vertriebs- und Marketingkosten** auswirkt. Und weshalb sich neue Teammitglieder schneller in Firmen-Strukturen einarbeiten.

Ich bin Jana Berthold. Als Kommunikationsstrategin bringe ich **Struktur** ins Marketing-Sprech, indem ich **klare Botschaften** für dein Unternehmen entwickle.

Kombinieren wir die zentralen **Informationen** mit den richtigen **Emotionen**, überzeugen sie

- dein Team,
- Partnerfirmen und
- die Menschen

von deinem großartigen Angebot.



Wenn du danach an der **Entwicklung einer eigenen Corporate Language** interessiert bist, lade die Vorlage als Google-Tabelle herunter:

Mini-Leitfaden für die einheitliche Unternehmenskommunikation

Bist du startklar? Dann lass und loslegen.

WARM-UP EIN BLICK IN DEN KOMMUNIKATIONSDSCHUNGEL

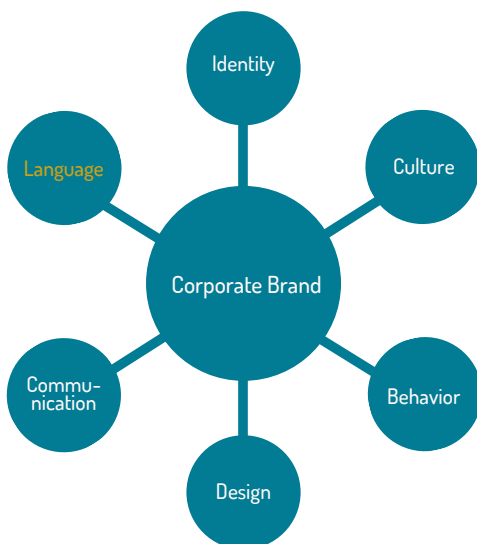
SPRACHE



Wie unterscheidet sich Unternehmenssprache von anderem Marketing-Sprech?

Corporate Language beschreibt die Nutzung eines **eigenen Sprachstils & Sprachgebrauchs** von Unternehmen zum Team und nach außen zu den verschiedenen Interessengruppen.

Sie ist eine der Säulen, die den Kern eines Unternehmens bestimmen.



Identity:

Selbstverständnis des Unternehmens

Culture:

Gesamtheit aller im Unternehmen gelebten Werte + Normen

Behavior:

Verhaltensweisen eines Unternehmens zur Zielerreichung

Design:

Erscheinungsbild eines Unternehmens

Communication:

alle kommunikativen Aktivitäten + Mittel

Language:

bestimmt die sprachliche Identität des Unternehmens



Mit sprachlichen Charakteristika formt Corporate Language die **Individualität deines Unternehmensimages**.

WARUM EINE INDIVIDUELLE UNTERNEHMENSSPRACHE

VORTEILE



Warum lohnt es sich von Anfang an, auf die eigene Corporate Language zu setzen?

Klare Botschaften **vermeiden Missverständnisse** und prägen sich leicht im Kopf deiner Zielgruppen ein. Mit deinem Einsatz in die Corporate Language **senkst du die Kosten** in verschiedenen Bereichen:

- **Marketing**
mit der Konzentration auf das Wesentliche brauchst du weniger Kanäle
- **Vertrieb**
dank der einheitlichen Darstellung deines Angebotes argumentiert du überzeugender im Verkauf
- **Kundenservice**
weniger Anfragen aufgrund von Verständnisproblemen und deine Kund*innen binden sich längerfristig
- **Teamstärkung**
höheres Engagement aller Mitarbeitenden durch starke Identifikation mit dem Unternehmen
- **Verwaltung**
geringere Kosten wegen eingesparter Maßnahmen



Eine eigene Unternehmenssprache **senkt die Absatzkosten** und **erhöht das Engagement** von Team und Kund*innen erheblich.

3 GRÜNDE FÜR DEINE EIGENE UNTERNEHMENSSPRACHE

ORIENTIERUNG

Die eindeutige Corporate Language schenkt Orientierung.

Im Sichtbarkeitskampf verlieren sich viele Unternehmen. Dann springen sie auf jeden Marketing-Strohalm auf.

„Ich weiß, wer ich bin.“

Wenn Unternehmen versuchen, sich durch den gesellschaftlichen Kosmos neutral „durchzuwinden“, gehen sie unter. Menschen erwarten eine klare Positionierung gegenüber vielen Entwicklungen in der Welt.

Nicht jedes Unternehmen muss seine Stellung zu allen Geschehnissen kommunizieren, doch sollte es eine **unternehmensübergreifende Haltung** entwickeln.

Mit Firmensprache drückst du aus, ob sich dein Business für Dynamik, für konservative Entscheidungen oder für

zukunftsweisende Entwicklungen und Nachhaltigkeit einsetzt.

Werden die **Unternehmenswerte** in allen kommunikativen Maßnahmen berücksichtigt? Versteht dein Business die Sprache des gewählten **Kommunikationskanals** und teilt sich für die Zielgruppe passend mit?

„Ich weiß, wer du bist.“

Dein Business lockt mit einer einheitlichen Sprache **Interessierte** an, **weil sie mit der Haltung deines Unternehmens auf einer Welle surfen.**

Du probierst nicht jeden Hype aus. Du hast vorher bestimmt, wie dein Business **wahrgenommen** werden soll und welche Maßnahmen gut dazu passen.



Die einheitliche Sprache ist ein **Statement**. Sie schafft bei Kund*innen **Vertrauen** und stärkt das **Zusammengehörigkeitsgefühl** im Team.

3 GRÜNDE FÜR DEINE EIGENE UNTERNEHMENSSPRACHE

EMOTION

Eine gezielte Corporate Language weckt passende Emotionen.

Sex sells. Marketing und **Verkaufpsychologie** haben verstanden, wie **Emotionen zum Verkaufsschlager** werden.

Bitte beachte: Emotionen sind die **Beilage** der Darstellung. **Subtilität** ist gefragt, kein plumpes „Vor die Füße werfen“.

Emotionen vs. Gefühle

Emotionen können **nicht unterdrückt** werden. Sie lassen sich nur schwer steuern. Zwischen Wut und Trauer gibt es Erleichterung, Spaß, Freude, Geborgenheit, Überraschung und ganz viel Liebe :).

Glaubwürdigkeit schaffen

Die Präsentation deines Unternehmens und Angebotes sollte immer mit den Emotionen, die die Corporate Language transportiert, **übereinstimmen**. Oder alle Maßnahmen wirken unglaubwürdig.

Dem gegenüber sind **Gefühle** klassische **Reaktionen des Körpers**, um bestimmte Situationen zu verarbeiten und Erfahrungen richtig zu bewerten.

! Egal, welches Angebot du deinen Kund*innen machst, es geht nicht um Informationsverkauf. Vielmehr um das **Schaffen von Erlebnissen**.

Möchtest du Sex-Themen als emotionalen Anker umgehen, müssen passende Emotionen mit anderen Mitteln – wie der Sprache – aktiviert werden.

→ Während Fakten informieren, schaffen Erlebnisse **transformativische Prozesse**.



Mit emotionaler Sprache erschafft dein Unternehmen eine **konsistente Gefühls- & Erlebniswelt**, in der sprachliche Faktoren mit **sensorischen Fähigkeiten** zusammenpassen.

3 GRÜNDE FÜR DEINE EIGENE UNTERNEHMENSSPRACHE

IDENTITÄT

Eine eigene Corporate Language wirkt identitätsstiftend.

Was helfen dir Markenbestimmung, Positionierung und die Festlegung der Unternehmenswerte, deiner Mission und Vision, wenn sie nicht aus einem Guss klingen oder sich gar widersprechen?

Corporate Language entwickelt auf sprachlicher Ebene deine **Brand Personality**. Die Markenpersönlichkeit ist die Grundlage, auf der sich deine Kund*innen mit deinem Unternehmen und Services **identifizieren** können.

Vorbilder

Bei Billy, Klippan und Poäng muss ich den Namen des Möbelhauses gar nicht erwähnen. Oatly überzeugt mit einem provokant-witzigen Stil und politischen Statements (Klima-Fußabdruck je Pro-

dukt) besonders die nachhaltigen Konsumfreudigen.

Eigener Sprachstil

Schenkst du sprachlich **Orientierung** (wen ansprechen) und das passende **emotionale Setting** (ernst oder lustig) mit einer konsequent genutzten **Markensprache**, lernen wir dein Unternehmen und die dahinterstehenden Personen (also auch dich!) so umfangreich wie gewünscht kennen.

Ein eigener Sprachstil hilft, dein Unternehmen von anderen abzuheben. Vor allem in dicht besiedelten Märkten ist eine individuelle Aufstellung meistens die einzige Möglichkeit, dem eigenen Angebot **Sichtbarkeit** zu verschaffen.



Der individuelle Sprachstil deines Unternehmens ist d.a.s. **Bindeglied** an deine Bedarfsgruppe und d.a.s. **Unterscheidungsmerkmal** vom Wettbewerb.

MINI-LEITFADEN EINHEITLICHE UNTERNEHMENS**SPRACHE**

GESCHENK

Danke für deine Zeit. Du hast hilfreiches Wissen und 3 Gründe für eine Corporate Language erhalten.

- **Orientierung:** einheitliche Markenbotschaften auf allen Kanälen
- **Emotion:** eigene Unternehmensstimme schafft passende Erlebnisse
- **Identität:** Vertrauensaufbau und Kundenbindung

Stellst du dir die notwendigen Fragen, reduzierst du für alle Zeit Aufwand und Kosten und schaffst mit deiner Sprache **Verbindlichkeit**.

Damit du für dein Business **einheitliche Sprachnormen** bestimmen kannst, schenke ich dir zum Start meine Vorlage für den **Sprachleitfaden**.



Lade dir den Sprachleitfaden als Google-Tabelle herunter und lege für deine Corporate Language **grundlegende Formulierungen** und **Schreibweisen** fest.

Bestimme **Schlüsselworte** und die Essenz deiner Unternehmenssprache.
Finde den **richtigen Ton** deines Unternehmens.
Schaffe **Klarheit** für alle Beteiligten in deinem Business-Universum.
Sorge für **wenig Aufwand** bei der Einarbeitung in deine Inhalte.

UNTERSTÜTZUNG BEI DEINER CORPORATE LANGUAGE

DEEP DIVE

Lust auf Mehr?

Oder bist du der Typ „keine Lust auf Unternehmenssprech“? Wünschst du dir eine Fee, die das für dich übernimmt und dein Unternehmen gekonnt in Sprache setzt? Schreib mir und wir sprechen über dein Business mit all seinen Zielen, Werten und Zukunftsvisionen:

DISCOVERY-SESSION BUCHEN

30 Minuten meiner Zeit stehen dir **kostenfrei** zur Verfügung.



Finde deinen Status quo.
Prüfe eigene Marken-Botschaften.
Entwickle die richtige Sprache für deine Bedarfsgruppe.
Wähle passende Kanäle für Business und Kund*innen.
Positioniere dich als Expert*in mit eigenem Corporate Blog.



Jana Berthold
Freischaffende Kommunikationsstrategin
www.jana-berthold.de | mail@jana-berthold.de