



„Sprache, die bildhaft, klar und verständlich ist, löst Resonanz aus. Sie wird verstanden.“

**LAbg., Bgm. Franz Schillhuber**



„Geschichten wirken auf zwei Ebenen. Sie laden ein zur Nachahmung und sie bieten Inspiration. Beide Vorteile lösen eine Aktion aus.“

**LAbg. Martina Pühringer**



„Das Herz unserer Partei ist so wichtig wie der Kopf. Das heißt: Unsere Sprache muss auch den Bauch unseres Publikums berühren.“

**KommR., LAbg. Alfred Frauscher**



„Sprachbilder sind der Herzschlag unserer Politik. Wer verstanden werden will muss sich klar ausdrücken, dann kann er die Brücke zwischen Kopf und Bauch, Verstand und Gefühl beim Zuhörer bauen. Diese Balance zu finden ist die Kunst des Redners, und sie entscheidet über die Aufmerksamkeit des Publikums.“

**Bundesrat Ferdinand Tiefnig**

## Und, wie spricht Ihr Unternehmen?

**Machen Sie Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung durch Sprache fassbar und einzigartig erlebbar:** Analysen, Workshops, Positionierung, Sprachbilder, Chancenprofile...

Mehr in einem persönlichen Gespräch mit Mag. Wolfgang Rodlauer und Mag. Lisa Pill 0043.732.66305921.

- *Wie spricht Ihr Unternehmen als Mensch?*
- *Haben Sie einen Sinnanker für Ihre Mitarbeiter geworfen?*
- *Sind Sie glaubwürdig, authentisch?*
- *Machen Ihre Kernmetaphern Licht an?*
- *Sprache, die verkaufen soll, muss emotional berühren. Berühren Sie?*
- *Schreiben Sie komplizierte Dinge so einfach, dass sie jedes Kind versteht?*
- *Lebt der Kern, die Idee Ihres Unternehmens, in der Sprache?*



## WIMBERGERHAUS stärkt das Wertefundament des Unternehmens

### Sprachkultur liefert ein klares Bild von der Zukunft.

„Wer weiß, wie seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über das Unternehmen reden, wer weiß, wo sie Chancen und Gefahren sehen, wer weiß, welche Vorstellungen sie sich von der Zukunft machen, hat die besseren Karten,“ so Franz Wimberger, Geschäftsführer des Familienunternehmens. Das Unternehmen ist in Oberösterreich Markt- und Themenführer im Bereich Ziegelmassivhaus. Mit 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern errichtet Wimberger jährlich 230 Neubauten.



Was ist es, was die Teams im Unternehmen antreibt? Wo liegt die Kraft des Unternehmens? Welche Vision führt das Unternehmen in die Zukunft?

Franz Wimberger,  
Geschäftsführer Wimbergerhaus

**pillcom**  
unternehmenskultur  
sprachkultur



**mag. lisa pill**  
unternehmenskultur-beratung



**mag. wolfgang rodlauer**  
sprachkultur-experte

a-4020 linz, landstraße 84/3  
telefon 0043.732.66305921  
office@pillcom.at  
www.pillcom.at · www.mfuk.at

>>



Norbert Königsecker,  
Mitglied der GF Wimbergerhaus

### Je unruhiger die Zeiten, desto wichtiger ein klares Sprachbild.

Ein Sprachbild, das die Positionierung des Unternehmens auf den Punkt bringt, rollt den Sinnfaden aus. Es gibt den entscheidenden Impuls für die Zukunftsorientierung.

„Der rote Faden, den wir durch die Interviews frei gelegt haben, zeigt uns sehr deutlich, worin unsere Chancen liegen. Die Analyse und die daraus abgeleitete Markengeschichte machen die Strategie und die Positionierung des Unternehmens für jede Mitarbeiterin, für jeden Mitarbeiter klar und leicht verständlich. Wir haben unsere Unternehmenskultur emotional aufgeladen. Sie liefert Sinn und Begeisterung für die Arbeit. Zukunftsängste und Unsicherheiten lassen sich so konsequent verringern,“ ist Norbert Königsecker, Mitglied der Geschäftsführung, vom eingeschlagenen Weg überzeugt. Ziel ist es, in Themenworkshops die Knackpunkte des Unternehmens aufzuarbeiten und die Leitidee immer wieder emotional aufzuladen. Sie schaufelt Tag für Tag Sinn und Freude in die Arbeit.

## vatron entdeckt die Kraft des Sprachbildes

### Die Grenzen der Sprache sind die Grenzen der Welt.

„Sprache ist eine soziale Veranstaltung. Sie kann Mitarbeiter ausschließen oder mitreißen. Als wir den Begriff „Exzellenz“ im Unternehmen einführten, haben wir gemerkt, dass wir an Grenzen stoßen. Die einen haben den Terminus akzeptiert, die anderen haben ihn schlichtweg abgelehnt.“ So DI Wilhelm Hofmann MBA, Geschäftsführer von vatron. Das Tochterunternehmen von voestalpine und Siemens VAI beschäftigt rund 200 technisch top qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Entwicklung, Produktion und Inbetriebnahme von maßgeschneiderten mechatronischen Mess- und Regeleinrichtungen für Industrieanlagen.

### Sprache muss emotionalisieren, mitreißen, Perspektiven öffnen.

„Die sprachwissenschaftliche Analyse der Mitarbeiterinterviews hat klar gemacht, dass Exzellenz als abstrakter Begriff keine Emotionen auslöst. Exzellenz ist ein rein rationaler Begriff, der auf Unverständnis stößt. Die Herausforderung bestand darin, den Terminus „Exzellenz“ als Orientierung für die künftige Unternehmensentwicklung anzustreben. Der Begriff ist ein Wert, der mit der Entwicklung unseres Unternehmens zu tun hat. Er ist quasi die Richtschnur für die künftige Strategie. Dank der Analyse haben wir eine Metapher konzipiert, die auf den Punkt bringt, wofür wir stehen. Wie wir denken. Und welche Perspektiven wir in unserer Zukunft sehen. Die Metapher: Exzellenz durch Hebelwirkung. Dieses Bild ist für jeden von uns verständlich und nachvollziehbar.“ So Herwig Haunschmid, Geschäftsführer von vatron.



DI Wilhelm Hofmann (links),  
DI Herwig Haunschmid (rechts),  
Geschäftsführer vatron

# wörter machen meinung



„Wem Politik ein Anliegen ist, der dreht keine Wortgirlanden, der sagt gerade heraus, was er zu sagen hat. Denn erst in der Klarheit der Sprache und in der Verständlichkeit der Sprachbilder wird Demokratie lebendig.“

Landeshauptmann  
**Dr. Josef Pühringer**

Wie Bildsprache Argumente im Unterbewusstsein verankert: Sprachbilder sind die Schlüssel für Leitbilder, Visionen, politische Credos. Wer etwas zu sagen hat, sage es klar und bildhaft. Nur so erreicht der Sprecher Nachhaltigkeit. Wir leben in einem Zeitalter der sprachlosen Beredtheit. Es wird viel geredet, aber wenig ausgesagt. „Effizienz“, „Qualität“, „Innovation“, „Erfolgsbilanz“, „Wachstum“, „Technologieführerschaft“, „Kompetenz“, „Zukunft“ usw. sind Begriffe, die keine Bilder in uns wachrufen. Diesen Plastikwörtern zu folgen, erfordert nach Professor Ernst Pöppel, dem renommierten Hirnforscher, 40-mal mehr Energie als ein klares Sprachbild.

Muss ein Zuhörer enorm viel Energie aufbringen, um den Sinn zu verstehen, haben wir ihn „verloren“. Aber auch die Sachargumentation reißt heute kaum noch jemanden vom Hocker. Mit dem Verkaufen reiner Erfolgsbilanzen, Zahlen, Fakten und Daten sind keine Punkte zu machen.

„Worte haben keine Energie, wenn sie keine Bilder auslösen.“  
Das gilt vor allem in der politischen Überzeugungsarbeit.