

Rezension in ECOreporter. Magazin für nachhaltig Geldanlage, Heft 02/ 2011, S. 77

„Der Business Discourse“ ist ein Buch über die interne Kommunikation. Da die eigentlich jeder zu kennen meint, erwartet man allenfalls einen neuen Ratgeber dazu, wie die interne Kommunikation besser laufen könnte – statt Mitarbeiterzeitschrift oder Intranet, vielleicht sogar schon internem Blog also nun etwas twittern? Komplett falsch gedacht.

Autor Guido Wolf zeigt, wie Unternehmen zur „Communication Excellence“ gelangen können. Und das ist nach seiner Ansicht weit mehr als das, was wir bisher unter interner Kommunikation verstehen. Es umfasst beispielsweise die systematische Weiterentwicklung der kommunikativen Kompetenz der Führungskräfte. Dazu gehören die Besprechungskultur, das Management der Kommunikation im Unternehmen und, ja, natürlich: auch die Medien zur internen Kommunikation.

Das Buch ist wissenschaftlich angelegt, das sei allen mitgegeben, die nun einen handlichen Ratgeber mit „10 goldenen Regeln zur internen Kommunikation“ erwarten. So ein Fünf-Minuten-Kommunikations-Terrine-Buch ist „Business Discourse“ nicht. Vielleicht wird es solche Ratgeber einmal geben. Vermutlich werden sie in ihren Einleitungen dann mit Guido Wolf demjenigen danken, der einen Paradigmenwechsel im Management der internen Kommunikation eingeleitet hat.

Wer sich auf einer tieferen Ebene mit Kommunikation in Unternehmen beschäftigen möchte, wer die Watzlawick'schen Kommunikations-Axiome nicht als höchste wissenschaftliche Ebene ansieht, sondern als etwas durchaus zu Hinterfragendes, der sollte sich in dieses Buch trauen und den Gedanken des Autors folgen.