




Nadja Dahlmann

# DIGITAL ISIERUNG

Tunnelblick oder  
Kommunikationsfaulheit?



Problematik



Kommunikation

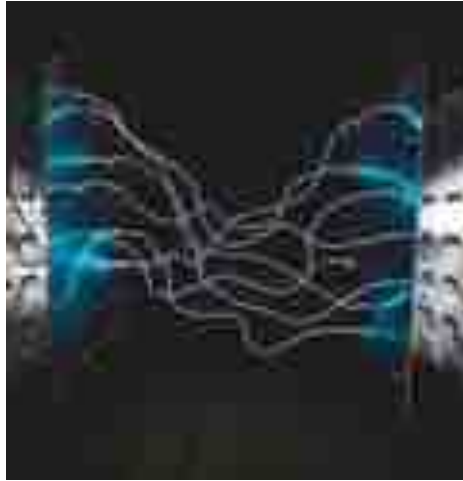


Empfehlung

**WAS SCHAUEN  
WIR UNS AN?**

# DIGITAL IS KEY

- Megatrend Digitalisierung
- Rechtliche Komponenten
- COVID-19
- Businessreisende mit wenig Zeit
- Millennials mit digitalem Anspruch



# SYSTEME

## Gründe für die Auswahl & Augenmerk bei der Einrichtung

- Individuelle Ziele & Anforderungen
- Empfehlungen
- Schnittstellen-Kompatibilität
- Kosten/Budget
- Verfügbarkeit (Dienstleister, Wissen, Zeit etc.)

**FEHLT EIN  
KRITERIUM?**



Was ist mit der  
**KOMMUNIKATION?**

Sprache, Bilder, Farben, Zeichen

---


Worauf sollte bei der Auswahl **aber auch bei der**  
**Einrichtung** hinsichtlich Kommunikation geachtet werden?

---



# 1.INDIVIDUALITÄT

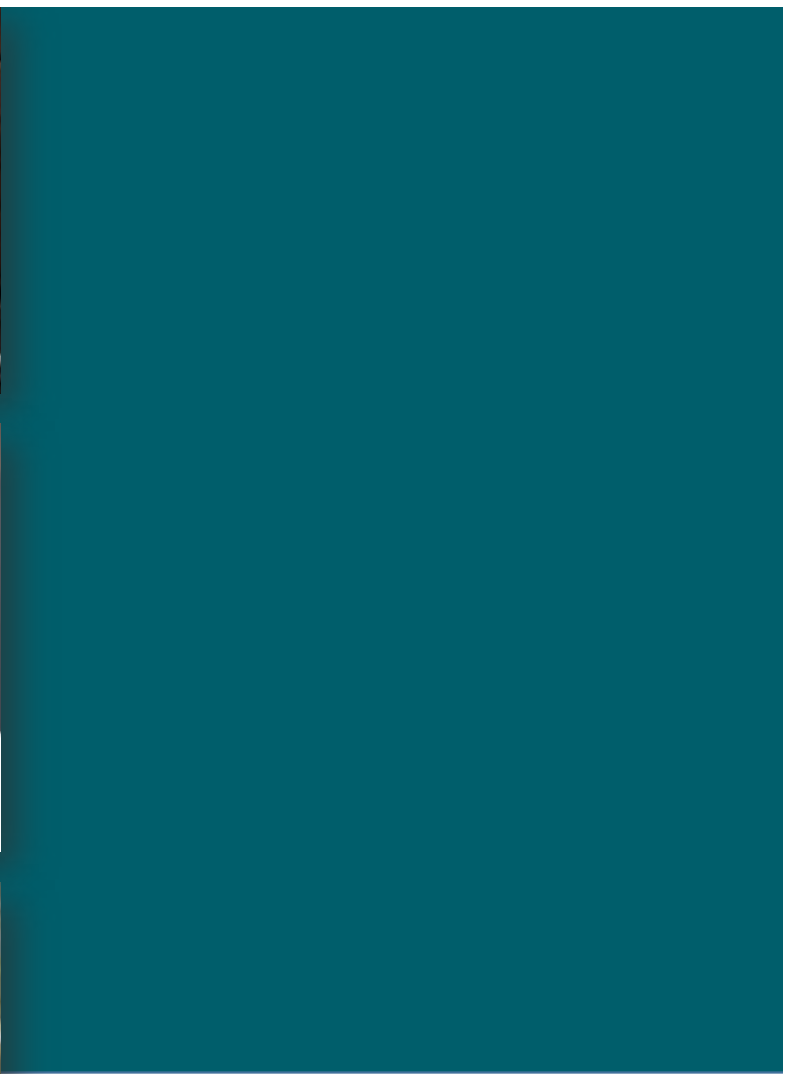




**„Die Unternehmenskommunikation [...] sorgt dafür, dass die Bezugsgruppen ein einzigartiges und starkes Bild vom Unternehmen haben, aufgrund dessen sie das Unternehmen einem anderen vorziehen.“<sup>1</sup>**



**Durch Sprache unterscheidet sich das Unternehmen von anderen.  
Die Sprache drückt eine Unternehmenspersönlichkeit aus.<sup>2</sup>**







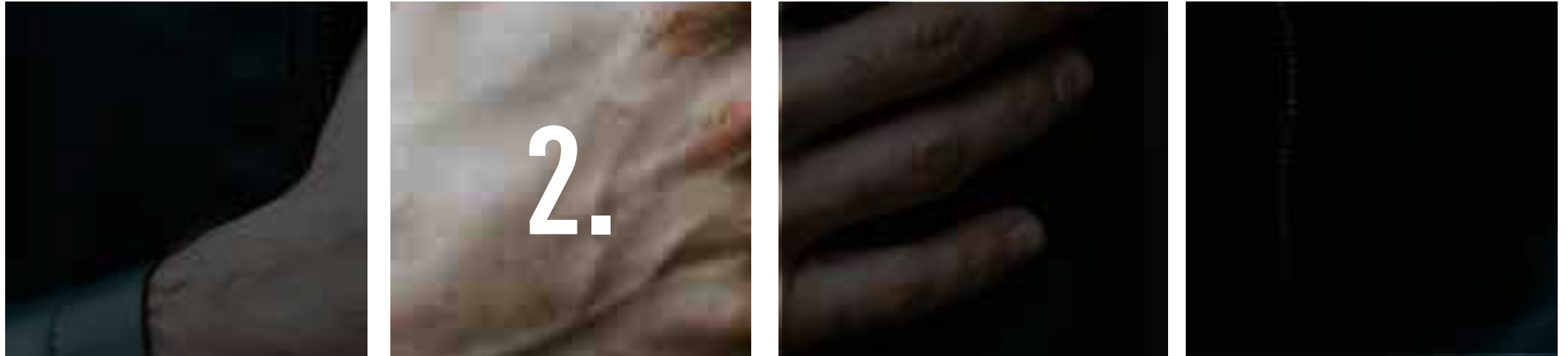
# 2. GLAUBWÜRDIGKEIT



1.

**Für Gast: Keine Quelle direkt erkennbar**

→ Unternehmen tritt in Gesamtheit als Kommunikator auf



1. Für Gast: Keine Quelle direkt erkennbar → Unternehmen tritt in Gesamtheit als Kommunikator auf

## Wenig Wissen über eine Quelle

→ Stil, Form und Eindruck der Kommunikation sind wichtig



1. Für Gast: Keine Quelle direkt erkennbar → Unternehmen tritt in Gesamtheit als Kommunikator auf
2. Wenig Wissen über eine Quelle → Stil, Form und Eindruck der Kommunikation sind wichtig

## Bei Treffen von Entscheidungen: Glaubwürdigkeit!

→ Kommunikation: kompetent und vertrauensvoll





1. Für Gast: Keine Quelle direkt erkennbar → Unternehmen tritt in Gesamtheit als Kommunikator auf
2. Wenig Wissen über eine Quelle → Stil, Form und Eindruck der Kommunikation sind wichtig
3. Bei Treffen von Entscheidungen: Glaubwürdigkeit! → Kommunikation: kompetent und vertrauensvoll

**Erfolg: Aussagen werden verstanden**

→ Kommunikation auf hohem Niveau

## Dienste hinzufügen

Beamer Tisch

PRODUKT	PREIS	MENGE	STARTZEIT DES DIENSTES
---------	-------	-------	------------------------

Beamer Tisch	25 EUR / unit	1	09
--------------	---------------	---	----

Brauchen Sie Übernachtung? Bitte klicken Sie hier.

Senden Sie Ihre Anfrage zum Schlafzimmer



Single

1 person

0

Max.: 30



Double

2 Teilnehmer

0

Max.: 40



Suite

1 person

0

Max.: 0



Twin

1 person

0

Max.: 0

Rabattcode

AUSSTATTUNG

AUSSTATTUNG, DASS FÜR EINE ZUSÄTZLICHE GEBÜHR ERHÄLTLICH IST

- ✓ Computer
- ✓ Flipchart
- ✓ Rednerpult
- ✓ Soundsystem
- ✓ WiFi

- ✓ Dimmer
- ✓ Interpretation
- ✓ Mikrofon
- ✓ Aufführung

- ✓ DVD
- ✓ LCD-Bildschirm / TV
- ✓ Papier und Stifte
- ✓ Stilles Wasser und Wasser mit Kohlensäure



# 3.HOMOGENITÄT

Fragmentierung: Verschiedene Systeme & Dienstleister



Fehlerhafte oder wiederholte Aussagen über verschiedene Systeme hinweg



Steigerung der Hetero- statt der Homogenität



Einfluss auf Glaubwürdigkeit





**Gleiche  
Sprache**



**Gleiche  
Bildsprache,  
Design  
& Farben**



**Gleiche  
Informationen**

individuell, glaubwürdig, homogen

**EIGENTLICH EINFACH ODER?**



„Wir haben das System schon bei XY Hotels in Betrieb. Die haben damit kein Problem.“



„Wir haben schon viel mehr Arbeit investiert als bei anderen Hotels. Niemand sonst wollte so viel individualisieren.“



**TUNNEL  
-BLICK?**



**KOMMUNI  
-KATIONS  
-FAULHEIT?**



**WAS JETZT?**

---

**1. Kommunikation als KRITERIUM**

**2. MÖGLICHKEITEN** abfragen und nutzen

**3. ZIEL** im Blick behalten. Nicht mit dem Standard zufrieden geben

**4. EMPATHIE** beweisen. In Customer Journey hinein versetzen

# VIELEN DANK!

**HSMA eDAY 2020**

**Nadja Dahlmann**

Head of Marketing & PR

Empire Riverside Hotel & Hotel Hafen Hamburg

[hotel-hamburg.de](http://hotel-hamburg.de)

Ich freue mich über eure Kontaktaufnahme auf

**Linked in**



# LITERATURVERZEICHNIS

- BUNGARTEN, THEO (Hg.) (1994): Unternehmenskommunikation – Linguistische Analysen und Beschreibungen. Tostedt: Attikon Verlag.
- HERBST, DIETER (2003): Praxishandbuch Unternehmenskommunikation. Professionelles Management, Kommunikation mit wichtigen Bezugsgruppen, Instrumente und spezielle Anwendungsfehler. Berlin: Cornelsen.
- REINMUTH, MARCUS (2006): Vertrauen schaffen durch glaubwürdige Unternehmenskommunikation : von Geschäftsberichten und den Möglichkeiten und Grenzen einer angemessenen Sprache. Düsseldorf. Dissertation.