

Abstract: In Zeiten der Inflation stehen Unternehmen vor zusätzlichen Herausforderungen, die sich unmittelbar auf ihre Mitarbeiter auswirken können. Um Motivation, Vertrauen und Mitarbeiterzufriedenheit aufrechtzuerhalten, ist eine gezielte Anpassung der Mitarbeiter durch die interne Unternehmenskommunikation erforderlich. Die vorliegende Arbeit geht daher der folgenden Forschungsfrage nach:

- Welche Auswirkungen hat die interne Unternehmenskommunikation der Mercedes-Benz AG in Inflationszeiten auf die Mitarbeiter?

Im Mittelpunkt stehen sechs Vermutungen:

- 1) Eine transparente Kommunikation über wirtschaftliche Herausforderungen erhöht das Informationsgefühl der Mitarbeiter.
- 2) Klare und offene Informationen über Lohn- und Gehaltsanpassungen steigern die Mitarbeiterzufriedenheit.
- 3) Eine nachvollziehbare Kommunikation von Sparmaßnahmen führt zu weniger Unsicherheit bei den Mitarbeitern.
- 4) Effektive interne Kommunikationskanäle erleichtern den Zugang zu relevanten Informationen.
- 5) Eine offene Feedbackkultur fördert das Vertrauen in die Unternehmenskommunikation.
- 6) Wertschätzende Kommunikation in Inflationszeiten stärkt die Mitarbeitermotivation.

Um diese Vermutungen zu untermauern, werden verschiedene Theorien und Modelansätze herangezogen. Für die Überprüfung der Vermutungen wird eine anonyme Online-Befragung von Mitarbeitern der Mercedes-Benz AG durchgeführt. Insgesamt lassen sich für die Auswertung mittels SPSS 165 valide Fälle heranziehen.

Die Analyse der Befragung zeigt, dass alle Vermutungen verifiziert werden können. Somit kann belegt werden, dass eine gute interne Kommunikation ein strategisch wichtiger Erfolgsfaktor für Mitarbeiterbindung, Motivation und Unternehmenswirtschaft ist, besonders in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Unternehmen können daraus konkrete Maßnahmen ableiten, um ihr Kommunikationsverhalten nachhaltig zu verbessern. Die Hauptmaßnahme ist demnach, eine „integrierte und vertrauensbasierte Kommunikationsstrategie“ umzusetzen und Mitarbeiter frühzeitig transparent und über die richtigen Kommunikationskanäle zu informieren.

Art der Arbeit: Bachelor-Arbeit

Verfasserin: Marie Staehle

E-Mail: mariesteahlemarie@gmail.com