

## Internal?



Anja Haller

## Ist es unbedenklich, Social Media zur Mitarbeiterkommunikation einzusetzen – was sollte man hierbei beachten?

## FUCHS!



Social Media wird mehr und mehr in der internen Kommunikation genutzt. Ungefähr die Hälfte aller größeren deutschen Unternehmen arbeitet mit sozialen Netzwerken oder Kollaborations-Software. Das heißt aber noch lange nicht, dass dies auch unbedenklich ist. Die Fragestellung beinhaltet mehrere Dimensionen: **Als Erstes sollte sich ein Unternehmen fragen, ob das Instrument zu seiner Kultur passt.** Denn Social Media bedeutet auch freie Meinungsäußerung. Wie gehe ich also damit um, wenn sich ein Mitarbeiter plötzlich kritisch zu Entscheidungen oder gar gegen den Vorstand äußert? Und was mache ich, wenn sich diese Meinung im Netzwerk auch noch verselbstständigt? Nicht, dass es so kommen muss. Aber mit diesen Fragen sollte sich ein Unternehmen zumindest vorher auseinandergesetzt haben, um im Ernstfall handlungsfähig zu sein.

Auf Facebook, Instagram oder anderen großen Plattformen **besteht zudem die Gefahr der Ablenkung beziehungsweise Zerstreung.** Über Themen wie Kantinenessen können sich Einzelne in Diskussionsrunden stundenlang auslassen und darüber die eigentlichen Aufgaben vernachlässigen. Deshalb ist es wichtig, vorab einen Rahmen zu setzen, der die notwendigen Freiheiten lässt, aber auch formale und inhaltliche Grenzen aufzeigt.

**Und dann ist da noch das Thema Datensicherheit.** Gerade die jüngeren Erfahrungen (Stichwort „Cambridge Analytica“) haben insgesamt zu mehr Vorsicht und Skepsis gegenüber Social-Media-Lösungen auf den bekannten Plattformen geführt. Zum Facebook-Konzern gehört ja beispielsweise auch der Messenger-

Dienst WhatsApp, den viele Unternehmen schon in der internen Kommunikation nutzen. Hier werden Nachrichten bis zu 30 Tage auf den Servern des Unternehmens gespeichert – und somit auch alle, die Geschäftsrelevanz haben. Das zeigt, dass nicht nur kommunikative, sondern in diesem Fall auch rechtliche Kriterien eine Rolle spielen können.

Hat ein Unternehmen auf diese Fragen Antworten gefunden und werden interne Social Media zudem zielgerichtet eingeführt, kann es die interne Kommunikation beflügeln. Das kann sich positiv auf die Zusammenarbeit und das Miteinander auswirken – gerade in weit verzweigten Unternehmen, die sich öffnen und weiterentwickeln wollen.