



Melanie Lienerth

Wie schaffen es Unternehmen durch interne Kommunikation, Mitarbeiter an sich zu binden und Identifikation mit dem Unternehmen zu schaffen? Inwiefern besteht die Möglichkeit, auf diesem Weg an neue Mitarbeiter zu kommen?



FUCHS!

Geschichten waren schon immer etwas, das Menschen zusammenhält und Gemeinschaft stiftet. Und das gilt auch noch heute, egal ob in Familien, Fußballvereinen oder eben in Unternehmen. Deshalb kommt der internen Kommunikation eine Schlüsselrolle bei der Mitarbeiterbindung zu. Sie erzählt auf vielfältige Art und Weise von den Zielen, Werten und Entwicklungen des Unternehmens. Dabei klärt sie über Hintergründe auf und stellt Erfolge heraus. Wichtig sind dabei auch Symbole wie Logos oder andere Gestaltungselemente, die auf der emotionalen Ebene wirken. Ist interne Kommunikation erfolgreich, haben Mitarbeiter das Gefühl, auf der Seite des Protagonisten zu sein, also bei „den Guten“ zu arbeiten – auch wenn sich der Held immer wieder an Wendepunkten mit Konflikten auseinandersetzen muss. Dabei ist gewiss: Am Ende wird die Herausforderung gemeistert, und der Tiefpunkt ist überwunden.

Neue Mitarbeiter müssen - auch durch die Überlieferung der internen Kommunikation - das Gefühl haben, dass die Werte und Kultur des Unternehmens mit ihren eigenen Vorstellungen übereinstimmen. Im besten Fall finden sie im Unternehmen Freiheit und Raum für Selbstverwirklichung. Dann ist der von der Kommunikation aufgebaute Held der Geschichte eine Projektionsfläche für eigene Sehnsüchte. Google oder Apple lassen grüßen.