

Internal?

Was kann die interne Kommunikation von den Messkriterien der externen Kommunikation lernen, insbesondere in mitbestimmungspflichtigen Unternehmen?



FUCHS!

Die interne Kommunikation nutzt schon lange Messkriterien. Das macht sie –

genau wie die externe Kommunikation –, um sich selbst Ziele zu setzen, diese zu überprüfen und um den Erfolg der eigenen Arbeit nachzuweisen. Dabei ist es wichtig, konkrete KPIs beziehungsweise Leistungskennzahlen zu definieren, die auf die Strategie des Unternehmens und die der internen Kommunikation einzahlen. Das müssen nicht zwangsläufig Seitenaufrufe im Intranet sein, sondern es kann zum Beispiel auch die Anzahl der qualitativen Kommentare unter einem Text im Social Intranet sein. Interessant ist auch, wie viele Nutzer Tag für Tag webbasierte Seiten besuchen und wie lange sie sich auf internen Plattformen aufhalten. Mitarbeiterbefragungen können zusätzlich ermitteln, ob zentrale inhaltliche Stoßrichtungen des Unternehmens in der Belegschaft angekommen sind. Unserer Erfahrung nach ist es der Mitbestimmung dabei wichtig, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht persönlich erfasst werden: Die Daten sind also immer anonymisiert und nicht rückführbar.

