

Internal?

Newsrooms sind in aller Munde – insbesondere für die externe Kommunikation. Bringt der Newsroom-Ansatz eigentlich auch Vorteile für die interne Kommunikation?

Team



FUCHS!

Wer Nachrichten in Echtzeit auf News-Plattformen empfängt, wer in Social Media verschie-

dene Ansichten und Perspektiven geliefert bekommt, der erwartet auch etwas Ähnliches von seinem Unternehmen – egal ob er Kunde, Aktionär oder Mitarbeiter ist.

Der Newsroom-Ansatz stellt eine effiziente Lösung für schnelle Reaktionszeiten dar,

indem eine kollaborative Kultur geschaffen wird, die interdisziplinäre Partizipation an Themen ermöglicht und interne Abstimmungen erleichtert: Kommunikationswege werden kürzer, Entscheidungen transparenter. Die Trennung nach Abteilungen und Kanälen wird genauso durchlässig wie die Trennung zwischen interner und externer Kommunikation. So wird ein nach innen und außen konsistentes Unternehmensbild gestärkt. **Die interne**

Kommunikation kann durch den Newsroom-Ansatz auch die Bindung ans Unter-

nehmen erhöhen, indem sie noch stärker als bisher im Austausch mit den Mitarbeitern Zutrauen in den Kurs des Unternehmens schafft: Durch die Möglichkeiten an Interaktion kann auf Befindlichkeiten besser und schneller reagiert werden, sodass ein konstruktiver Unternehmensdialog in Gang kommt. Da die verschiedenen Kanäle immer gleichzeitig im Blick sind, wird der Vielfalt des Nutzungsverhaltens angemessen und stimmig begegnet, ohne dass es zu einer Kakophonie an Botschaften kommt.