

Internal?

Wie schaffen es Unternehmen, bei ihrer internen Kommunikation nicht nur „von oben herab“ zu informieren, sondern die Mitarbeiter aktiv an der Kommunikation zu beteiligen?



FUCHS!

Auf diese Frage möchte ich gern mit einer Gegenfrage antworten: Was ist denn das Ziel der Unternehmenskommunikation? Möchte ich als Unternehmensführung, dass meine Mitarbeiter einfach nur gut informiert sind? Oder verstehe ich unter interner Kommunikation auch (neue) Formen der Zusammenarbeit und des Austauschs, so wie es die meisten unserer Kunden tun? **Wenn sich Unternehmen darüber im Klaren sind, welchen Beitrag die interne Kommunikation zur Unternehmenskultur leistet, dann können sie sich über die**

Methoden und Kanäle Gedanken machen. Beliebte Instrumente der Beteiligung und des Austauschs sind beispielsweise interne Social Media. Der Kommunikationsabteilung kommt hier oft die Rolle des Moderators und Impulsgebers zu, aber eben nicht die alte Rolle des Verkünders oder Verlautbarers. Im Zuge von mehr Einbindung rücken auch herkömmliche Formate wieder mehr in den Vordergrund: Bei nicht wenigen unserer Kunden stellen sich die Chefs regelmäßig den mehr oder weniger spontanen Fragen ihrer Mitarbeiter. Diese Runden werden in die Standorte übertragen,

die sich live einbringen können. So entstehen wertvolle Unternehmensdialoge zu den großen und kleinen Themen. Und die Vorstände erarbeiten sich durch diese Offenheit das Vertrauen ihrer Belegschaft. Etwas spielerischer ist die Möglichkeit, über Gamification Mitarbeiter einzubinden. Das funktioniert bei den jüngeren Arbeitnehmern meist sehr gut. Diese Herangehensweisen sind aber nie reiner Selbstzweck, sondern immer vor dem Hintergrund der Unternehmensziele zu betrachten. Erst dann können sie ihre Wirkung voll entfalten.