



Informationsdienst zur Öffentlichkeitsarbeit

Nr. 2/2009

Interne Kommunikation – in Krisenzeiten unerlässlich

Eine Krise ist immer eine Herausforderung für ein Unternehmen, vor allem im Bereich der Kommunikation. Dabei ist es wichtig, die externen Adressaten der Kommunikation, also Kunden, Medien und Öffentlichkeit, effektiv und schnell zu informieren. In Krisenzeiten ist es für Unternehmen aber unerlässlich, zuerst die Mitarbeiter offen und glaubwürdig über den Firmenzustand aufzuklären und auf mögliche Gefahren hinzuweisen, um das Vertrauen der Mitarbeiter nicht zu verlieren. Diese bilden schließlich die Basis einer Firma und sind für den Erfolg eines Unternehmens verantwortlich. Daher sollten die Mitarbeiter auf keinen Fall erst aus den Medien erfahren, wie es um ihr Unternehmen bestellt ist.

Um eine Firma erfolgreich zu machen, müssen sich die Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen identifizieren. Dazu bedarf es einer effektiven internen Kommunikation, die vor allem in Krisenzeiten mögliche Veränderungsprozesse transparent macht, Unsicherheiten ausräumt und somit die Motivation und Identifikation der Mitarbeiter fördert.

Der Bereich der internen Kommunikation wird jedoch oft vernachlässigt. Dabei weiß man spätestens seit der Studie „Interne Kommunikation im Wandel“¹, dass sich mangelnde Information der Beschäftigten auf deren Motivation und Produktivität auswirkt, was ein Unternehmen zusätzlich finanziell belastet.

Laut Studie führt auch der Einsatz zu vieler Medienkanäle zu Missverständnissen. Weniger ist also mehr – auch in der internen Kommunikation kommt es nicht auf die Quantität, sondern auf die Qualität der Informationen an.

¹ Durchgeführt von „System und Kommunikation“, München, veröffentlicht im Harvard Business Manager, Heft 09/2008.



Interne Kommunikation – Was muss beachtet werden?

Inhalte

Wichtig: Botschaften müssen verständlich vermittelt werden. Es sollte außerdem darauf geachtet werden, dass die Botschaften für den Empfänger überhaupt relevant und interessant sind, um den Wert des Kommunikationsmittels zu steigern und den Großteil der Belegschaft zu erreichen. Damit die Mitarbeiter nicht mit unnötigen Informationen überhäuft werden, sollte man sich auf das Wesentliche und auf ausgewählte Kommunikationswege konzentrieren. Es dürfen natürlich nur ehrliche Informationen vermittelt werden.

Neues Selbstverständnis interner Kommunikation

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten darf die professionelle Mitarbeiterkommunikation nicht vernachlässigt werden. Denn die Mitarbeiter sind die Hauptadressaten der internen Kommunikation in einer Krisensituation. Relevante Unternehmensentscheidungen müssen allen Mitarbeitern zeitnah und ehrlich vermittelt werden.

In Krisenzeiten auf die Mitarbeiter zählen

Zu den größten Krisenbeschleunigern gehören falsche oder fehlerhafte Informationen. Ziel des Unternehmens muss es sein, die eigene Handlungsfähigkeit wiederherzustellen. Dazu muss das Unternehmen die Quelle der Information werden und die Kommunikationsführung übernehmen. Die Mitarbeiter sind informiert und können sich selber informieren. Sie haben weiterhin Vertrauen in das Unternehmen und sind motiviert.

Professionell und effektiv informieren

Zu den klassischen Medien der internen Kommunikation zählen Veranstaltungen, Mitarbeiterzeitschrift, Management-Informationsbriefe, Mitarbeitergespräche, Rundschreiben, Schwarzes Brett. In Ausnahmesituationen, in denen schnell reagiert werden muss, kann zunächst durch eine Versammlung die Mitarbeiterschaft aufgeklärt werden. Geeignet sind auch Rundschreiben, um die Mitarbeiter zeitnah zu informieren.

Neue Wege in der internen Kommunikation

Zu den neueren Medien gehören E-Mails, Blogs, Foren, Pod- und Vodcasts, Intranet, Online-Newsletter, Business TV, Chat / Instant Messaging und Videokonferenzen. Im Hinblick auf Krisenzeiten können neben Online-Newslettern mit allen wichtigen Nachrichten auch Foren oder Blogs hilfreich sein, damit sich die Mitarbeiter untereinander austauschen können und dort kontinuierlich aktuelle Informationen zu finden sind.



Mitarbeiterkommunikation gehört zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren eines Unternehmens. Sie wird aber angesichts der heutigen Kommunikationsgesellschaft zunehmend komplexer und erfordert die Kompetenz von Kommunikationsprofis. Wir beraten Sie gerne zu den Möglichkeiten in Ihrem Unternehmen. Als Agentur für Öffentlichkeitsarbeit bieten wir Ihnen kompetente Lösungen für ihre Unternehmensmedien an: Wir kümmern uns nicht nur um die Konzeption und Redaktion, sondern übernehmen auch die Umsetzung. Durch die Zusammenarbeit mit Spezialisten und Partnern, zum Beispiel in den Bereichen Layout, Druck und Webdesign, bieten wir ein hohes Maß an Professionalität und entlasten Sie bei Ihrer Kommunikationsarbeit.

Agentur NEWS ++++

Kunden ++++

Das Portfolio von Bachinger Öffentlichkeitsarbeit wird durch zwei neue Kunden erweitert. Wir übernehmen die PR in Deutschland für eine international tätige, renommierte Anwaltskanzlei.

Unser zweiter neuer Kunde ist ein global operierendes Finanzdienstleistungsunternehmen, ebenfalls mit Sitz in New York, mit weltweit über 42.000 Mitarbeitern.

Neue Homepage ++++

Seit dem 15. Mai 2009 ist unsere neugestaltete Homepage mit vielen Informationen zum Thema Kommunikation und Pressearbeit online.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Bachinger Öffentlichkeitsarbeit

Wolfgang Exler-Bachinger

Falkensteiner Straße 77

60322 Frankfurt am Main

Tel. (069) 955275-0

Fax (069) 557155

E-Mail: bachinger@bachinger-pr.de

Internet: www.bachinger-pr.de