

Beispiele zur Funktion von Infoscreens in einer vernetzten internen Medienwelt

Beitrag von Dr. Kristin Engelhardt/Geschäftsführerin engelhardt kommunikation gmbh

Beim **PRVA-Roundtable Social Media am 17. Juli 2014** (s. auch Facebook-Seite: <http://www.facebook.com/groups/PRVA.SM.RoundTable/>) wurden zum Einsatz von Infoscreens in der Internen Kommunikation ausgewählte Beispiele präsentiert, nämlich u.a. Lösungen von Siemens AG Österreich, von voestalpine und Austrian Airlines.

Wegweiser in der internen Informationsfülle

Auf den Infoscreens der Siemens AG Österreich werden News auf dem Intranet verkürzt – quasi als „Anreißer“ – und mit Link wiedergegeben. Oder einzelne Informationen aus der Mitarbeiter-Börse namens „Community“ herausgegriffen. Außerdem gibt es Hinweise bzw. Auszüge von anderen interessanten Websites (Wetter, Aktienkurse u.s.f.) und Ankündigungen zu aktuellen Beiträgen im responsiv-digital gestalteten Mitarbeitermagazin „together“. Ein Newsticker der Tageszeitungen Presse, Standard und Kurier soll die Aufmerksamkeit der MitarbeiterInnen auf die Bildschirme lenken.

Die Infoscreens befinden sich neben den zahlreichen Besprechungsräumen der Unternehmenszentrale in Wien. Im linken Teil der Infoscreens sind jeweils Datum und Uhrzeit sowie Inhalt des im jeweiligen Besprechungsraum stattfindenden Meetings und seiner Teilnehmer abzulesen. Die Aktualisierung der Infoscreens erfolgt täglich. Ein Durchlauf dauert fünf bis sechs Minuten.

Außerdem gibt es in der Wiener Unternehmenszentrale in einem Kundenaufenthaltsraum einen extragroßen Bildschirm (hier werden Unternehmensfilme abgespielt) und im Entrée eine Touch-Screen-Wand (mit 14 Bildschirmen). Über diese können umfassende Unternehmensinformationen abgerufen werden.

SteelTV

Bei der voestalpine Steel Division arbeiten 11.192 MitarbeiterInnen. Sie werden via Infoscreens (an 32 Standorten) zu Konzern-News und Wissenswertem aus den Divisionen informiert. Betriebsmedizin, Werkssicherung und Mitarbeiter-Benefits spielen daneben im Informationsmix eine wesentliche Rolle. Außerdem auch die in der Rubrik „Schau, schau“ dargebotenen Fakten rund um den Standort. Ein netter Aspekt: MitarbeiterInnen werden immer wieder zu unternehmensspezifischen und anderen Themen befragt; die Ergebnisse werden im SteelTV in Prozent dargestellt.

Die Inhalte werden angereichert mit ausgewählten extern zugekauften Meldungen, die tagesaktuell upgedatet werden. Sie entsprechen 1:1 den Meldungen, die die Wiener und Linzer Verkehrsbetriebe ihren Passagieren vorspielen. Die voestalpine-Meldungen werden im Schnitt alle zwei Tage erneuert. Ein Durchlauf dauert etwa zehn bis fünfzehn Minuten.

Bemerkenswert: Über Wandzeitungen werden einzelne Inhalte des SteelTV weiter vertieft.

Imagebildende Informationen

Bei den Austrian Airlines kommt der RSS-Feed für den News-Ticker von der Staralliance. Auch sonst geht es sehr Luftfahrt-betont zu auf den internen Infoscreens der Austrian Airlines: Vor allem Verkehrszahlen, Meldungen über Promi-Fluggäste, neue Aufträge und Vorstandsinformationen bestimmen die inhaltliche Auswahl. Wissenswertes rund ums Fliegen wird in der Rubrik „Wussten Sie schon?“ vermittelt. Außerdem gibt es noch Werbesujets zu sehen.

Im Headoffice der Austrian Airlines hängen Infoscreens in allen Stockwerken neben den Aufzügen, außerdem gibt es Infoscreens im Technik-Bereich und beim Bodenpersonal am Flughafen Wien. Die Inhalte werden etwa alle sieben Tage ausgetauscht. Ein Durchlauf dauert ca. zwei Minuten.