

Der Newsroom als neue Organisationsform

Beitrag von Dr. Kristin Engelhardt/Geschäftsführerin engelhardt kommunikation gmbh

„Der Newsroom in der Unternehmenskommunikation“ war das Thema des Round Tables am 21. Juni 2016. – Ein Thema, dem sich viele Unternehmen noch mit Zögern nähern.

Christian Buggisch/Leiter Corporate Publishing DATEV, Nürnberg berichtete, wie in seinem Unternehmen in einem Organisationsentwicklungsprojekt für den Bereich Corporate Publishing ein Newsroom-Konzept eingeführt wurde. Auslöser waren mehrere Bedürfnisse wie:

- angesichts der gestiegenen Medienvielfalt Redundanzen zu vermeiden,
- zusätzliche Kapazitäten für verstärkte Interne Kommunikation zu gewinnen,
- das Teamwork innerhalb der Abteilung zu verbessern, und
- die Einheitlichkeit des Kommunikationsauftritts besser steuern zu können.

Mit Unterstützung von Christoph Moss/Dekan für Medien und Kommunikation an der BiTS-Hochschule in Iserlohn wurde das Projekt in Gang gesetzt. Auf einen Workshop mit dem Projektteam folgte ein Workshop, zu dem alle MitarbeiterInnen geladen waren. Danach übernahmen Arbeitskreise die Ausarbeitung der detaillierten Aufgabenstellungen. Ein dritter Workshop leitete die Implementierungsphase ein, in der die Geschäftsführung, der Betriebsrat und die MitarbeiterInnen einzeln informiert wurden.

Themendesk und Mediendesk – dazwischen die Chefs vom Dienst

Seit Juni 2015 wird bei DATEV nach dem Newsroom-Prinzip gearbeitet: Unter der Leitung des Strategieteams erarbeiten einerseits Redakteure – die einzelnen Themendesks zuzuordnen sind (wie Produkte, Personal, Veranstaltungen, Markt & Marke) – medienübergreifend die Inhalte für die verschiedenen Medien. Andererseits befassen sich die MitarbeiterInnen der Mediendesks mit der Weiterentwicklung der Medien wie z.B. dem Relaunch der Corporate Website oder Planung und Produktion der Kundenzeitschriften. Der Bereich Mediendesks ist in Multimedia, Zeitschriften, Website/Mobile, Social Media, Info-Datenbank und Broschüren/Mailing gegliedert. Die

Koordination zwischen Themendesks und Mediendesks liegt in den Händen der beiden Chefs vom Dienst, die diese Funktion abwechselnd ausüben.

Ein Redaktionstool auf SharePoint-Basis dient zur Themen- und Aufgabenverwaltung. Tägliche „Morgenlage“-Meetings ermöglichen das Fein-Tuning. Zusätzlicher Content, der für die Berichterstattung von Interesse sein könnte, wird von einem eigenen Bereich der Themendesks generiert.

Zum Nachlesen: Christoph Moss (Hrsg.), Der Newsroom in der Unternehmenskommunikation. Wie sich Themen effizient steuern lassen, Springer Fachmedien, Wiesbaden 2016.



Christian Buggisch/Leiter Corporate Publishing DATEV, Nürnberg