

Panel Interne Kommunikation

„Interne Kommunikation im freien Flug“ - auf der Suche nach einer neuen Rolle zwischen Vorstandsbrief und Web 2.0

Moderation: Mag. Brigitte Gschiegl (Frequentis AG)

Panel-Teilnehmerinnen:

- Dr. Marita Roloff (Allianz Gruppe und Vorstandsmitglied im VIKOM)
- Elisabeth Pechmann (Ogilvy & Mather Wien)
- Mag. Peter N. Thier (Erste Bank und Vorstandsmitglied im PRVA)

Wir leben in einer vernetzten Welt – das wurde auch beim Panel Interne Kommunikation klar. Neben der internen Kommunikation im engeren Sinne (d.h. innerhalb des Unternehmens) hat auch die externe Kommunikation auf Basis Web 2.0 starken Einfluss darauf, wie das Unternehmen von seinen MitarbeiterInnen gesehen wird. Denn diese nutzen Twitter, Facebook und Co., und was sie dort über ihr Unternehmen posten und finden, prägt ihre Wahrnehmung.

Zusätzlich sind MitarbeiterInnen die besten und glaubwürdigsten Botschafter eines Unternehmens – Web 2.0 bietet ihnen ungeahnt mehr an Möglichkeiten, diesen Aspekt, im positiven wie im negativen Sinn, zu nutzen. Eine „social media policy“ ist damit in vielen Unternehmen bereits vorhanden bzw. wird nun explizit auf die Nutzung von Web 2.0-Medien ausgeweitet.

Grundsätzlich stellt sich für die Verantwortlichen in der Internen Kommunikation allerdings nicht die Frage, *ob*, sondern vielmehr, *wie* die Medien von Web 2.0 zu nutzen sind. Völlig natürlich sei es auch, dass in Bezug auf den richtigen Umgang/die richtige Nutzung noch Unsicherheiten auftreten, dass im Umgang mit den neuen Medien noch ein Stück „Experimentiercharakter“ vorherrscht – so das Feedback aus der Diskussion. Zum Teil gehe es auch noch um das Erlernen der notwendigen Skills – es brauche einfach Zeit, bis die Digital Natives auf allen Unternehmensebenen Einzug finden.

Ein wichtiger Aspekt ist ein möglicher Weise befürchteter „Kontroll-Verlust“ – wie stark solche Bedenken wirklich berechtigt sind, ist von der Kultur des Unternehmens abhängig. Herrscht ein offenes Kommunikationsklima mit einer konstruktiven Konfliktkultur, so wird sich diese auch in der Nutzung der neuen Medien zeigen. Der offene Umgang mit Web 2.0 Tools wird Potenziale zur weiteren Unternehmensentwicklung aufzeigen. Genauso der „Vorbildcharakter“ des Managements – ist der Vorstand ein leidenschaftlicher Blogger, wird das Tool im Unternehmen entsprechend breite Akzeptanz und Nutzung finden.

Zukünftig sind wir KommunikatorInnen noch stärker in unserer Rolle als Berater gefragt; unser Wissen soll als „Navigationsinstrument“ durch die Vielzahl der Tools in der Internen Kommunikation führen: Welche Inhalte werden am besten über welchen Kommunikationskanal transportiert? Die Palette der Möglichkeiten des Web 2.0 ist hier selbstverständlicher Bestandteil – genauso allerdings die Tatsache, dass manche Unternehmens(infra)strukturen noch nicht auf die Web 2.0 Nutzung ausgerichtet sind (z.B. Produktionsbetriebe), und genauso die Tatsache, dass es Situationen gibt, in denen ein handgeschriebener Vorstandsbrief mehr Impact haben kann als eine kühle Video-Botschaft ...

„Interne Kommunikation im freien Flug“: die Anzahl der „Flugarten“ der Internen Kommunikation ist wesentlich breiter geworden; für uns KommunikatorInnen gilt es, sie alle gleichermaßen zu beherrschen!