

Protokoll Arbeitskreis / 04. Mai 2010

„Interne PR macht dann Sinn, wenn“

Grundsätzliche Strukturierung der Arbeit in der Internen PR in

- **Basisarbeit** („Regel-Arbeit“, „Grunddrauschen“)
- **Konkrete Anlässe**, die auf einem Impuls / einen Auftrag beruhen (siehe „Regelkreis der Internen PR“)

Beide sind abgestimmt auf die grundsätzlich vorherrschenden Unternehmenskultur sowie -struktur.

Ad Basisarbeit („Regel-Arbeit“, „Grunddrauschen“):

Diese umfasst **Routine-Aufgaben**, die kontinuierlich und regelmäßig durchgeführt werden müssen, um im Bedarfsfall (konkrete Anlässe) eine Kommunikationsbasis zu haben, auf der man aufsetzen kann.

Die Basisarbeit bildet somit das „**Grunddrauschen**“ der Internen PR bzw. sorgt für die „**Grund-Informiertheit**“ der Mitarbeiter/innen im Unternehmen. Sie dient damit der **laufenden Beziehungspflege**.

Die Basisarbeit vermittelt der Belegschaft, WIE sie arbeiten soll, und WARUM sie arbeiten soll (Sinnfindung).

Der Umfang des „**Mandats**“ ist von der Grundhaltung / der Position von Seiten des Managements gegenüber der Internen PR abhängig.

Zielsetzungen der „Basis-Arbeit“

- Aufrechterhaltung der Infrastruktur
- Aufrechterhaltung der Informationskultur
- Stiften von Identität
- Bindung managen / Beziehungsarbeit Beziehung herstellen, ausgestalten

Ad Konkrete Anlässe, die auf einem Impuls / einen Auftrag beruhen:

Dabei handelt es sich um **Projekte** (Sonderaufgaben, vom Charakter her zeitlich begrenzt – damit im Unterschied zur Basisarbeit, die kontinuierlich zu leisten ist).

- Aktiv – z.B. Firmenjubiläum
- Reaktiv – z.B. Krise

Für die einzelnen Anlässe / Aktivitäten sollten Handlungsziele definiert werden.

Sammlung „Anlässe“

- Festanlässe
- Einführung neue Produkte
- Erkannte Defizite
- Einführung neuer Tools, neuer Abläufe, neuer Prozesse
- Konflikte, Krisen, Katastrophen
- Gesellschaftlicher Wertewandel (CSR)
- Change Prozesse / Veränderungen
 - o Rechtliche Veränderungen
 - o Änderungen in der Struktur (Organisationsform)
 - o Personelle Veränderungen

Protokoll Arbeitskreis / 04. Mai 2010

- Standortwechsel
- Fusion (Kultur- & Strukturveränderungen)
- Besitzerwechsel (Unternehmenskultur)
- Führungswechsel (Wechsel an der Spitze des Unternehmens)
- Sonstige Außeneinwirkungen (Markt, Wettbewerb; Politik, Gesellschaft)
- Mitarbeiter-Initiativen
„Transferfunktion“ („Bottom Up“ als Ergänzung zu „Top Down“, Dialog)

In der Diskussion feilen wir an einer **klaren Definition** zu den beiden Grundarten der Internen PR.

- „Basisarbeit“ = **systemischer Part** der Internen PR
- Konkrete Impulse/Aufträge/Anlässe = **anlassbezogener Part** der Internen PR

Für die (interne) Argumentation „Warum Interne PR im Unternehmen wichtig ist“, überlegen wir das Aufzeigen der **Opportunitätskosten**; also – worauf verzichtet man im Unternehmen, wenn man Interne PR *nicht* macht?

Konkrete Beispiele (kein Anspruch auf vollständige Ausformulierung):

Veranstaltungen / Jubiläen (Anlass, dem mit „agieren“ begegnet wird, s.o.)

- Sichern die Mitarbeiter-Bindung, eine Steigerung der Loyalität, ein gesteigertes Commitment zum Unternehmen und zu seinen Zielen / Werten.
- Verzichtet man darauf, kostet das eine mögliche Bindungssteigerung etc.
[Maßnahmen müssen nicht teuer sein, hier ist Kreativität gefragt – z.B. Verteilen Faschingskrapfen am Faschingsdienstag o.ä.]

Krise (Anlass, dem mit „re-agieren“ begegnet wird, s.o.)

- Sichert aktive Rolle, Steuerung; Mitarbeiter übernehmen die Rolle von Promotoren.
- Ergreift man keine Maßnahmen, kostet das Prestige, im Extremfall Marktanteile bzw. erzeugt zusätzliche Negativ-PR innerhalb des Unternehmens.

Basis-Arbeit / Grunddrauschen

- Sichert Steuerung der formellen Kommunikation, erhöht Bereitschaft, auch andere Botschaften dieses Senders auf- bzw. anzunehmen; im Dialog kann man auf eine „Konformität der Empfänger“ setzen.
- Verzichtet man auf Interne PR, nimmt die informelle Kommunikation überhand, die Unternehmensführung verliert an Glaubwürdigkeit, Identifikation mit Unternehmen wird erschwert.