



PRVA-ARBEITSKREIS

Interne Kommunikation



Fokus Mitarbeiterzeitung

9. Arbeitskreis-Meeting

Brigitte Gschiegl / 12. Oktober 2010



PRVA-ARBEITSKREIS
Interne Kommunikation

Fokus „Mitarbeiterzeitung“

- Mitarbeiterzeitung unter den Top 3 der Kommunikationskanäle
 - Artikel aus HR Today (Schweizer Human Resource Portal / Beilage)
- Mitarbeiterzeitschrift, Intranet und Mitarbeiterevents haben sich in mittleren und grösseren Schweizer Unternehmen als die wichtigsten Kommunikationskanäle etabliert. Nach der anfänglichen Euphorie für Intranets ist zurzeit eine Renaissance der Mitarbeiterzeitschrift – man schätzt etwa 500 Titel mit 2,7 Millionen Leserinnen und Lesern in der Schweiz – zu beobachten: So hat beispielsweise Alstom Schweiz die vor einigen Jahren abgeschaffte Mitarbeiterzeitung wieder eingeführt. Ziele wie die Identifizierung mit der Firma oder das Fördern eines Wir-Gefühls sind mit einem gedruckten Informationsmittel, das mit nach Hause zur Familie genommen werden kann, eher zu erreichen als mit einem oft unemotional empfundenen Medium wie dem Intranet. Dessen Stärken liegen auf anderem Gebiet: Die dieses Jahr erschienene Stu-
- 500 Titel mit 2,7 Mio LeserInnen – ca. 35% „Reichweite“
- „MAZ – Flaggschiff der internen Kommunikation?“
 - Profi-Treff am 25. August / Beilage

Eckdaten zu Mitarbeiterzeitung / I.

- **Definition** (lt. [Wikipedia](#))

Eine Mitarbeiterzeitschrift (auch Mitarbeiterzeitung) ist eine Form des Corporate Publishing, die der internen Kommunikation eines Unternehmens, einer Organisation oder einer Verwaltung dient. Sie soll vor allem Informationsquelle für die Mitarbeiter sowie Bindeglied zwischen Belegschaft und Geschäftsleitung sein.

- **Zielsetzung und Erscheinungsbild**

Die Mitarbeiterzeitung muss ein integrierender Teil des Unternehmens, und kein Fremdkörper, sein. Deshalb hat sie den Unternehmenszielen und dem Erscheinungsbild des Unternehmens bzw. der Organisation zu entsprechen.

Eckdaten zu Mitarbeiterzeitung / II.

- **Dialoggruppen**

Die Mitarbeiter sind selbstverständlich die erste und wichtigste Dialoggruppe.

Darüber hinaus gibt es noch einige sehr bedeutende Dialoggruppen: Das sind die Pensionisten, ehemalige Mitarbeiter und die Familienangehörigen der Mitarbeiter. Im weiteren Sinne zählen aber auch noch Freunde, Nachbarn und Bekannte der Mitarbeiter zum Leserkreis.

- **Erscheinungsweise**

Mindestens halbjährlich; der Versand an die Heimadresse unterstützt die Bedeutung der Mitarbeiterzeitung als Informationsmedium für die gesamte Familie.

Eckdaten zu Mitarbeiterzeitung / III.

- **Inhalte der Mitarbeiterzeitung**

Folgende Inhalte sind Standard in vielen Mitarbeiterzeitungen:

Information über die Organisation bzw. das Unternehmen

Dazu gehören Berichte über die Geschäftstätigkeit, Organisationsfragen, Branchenberichte, Abteilungsvorstellungen, Produktinformationen, etc.

Information, die den Mitarbeiter persönlich betrifft

Darunter fallen alle personellen Änderungen, die ihn entweder selbst, einzelne Abteilungen oder ganze Bereiche betreffen. Besonders gern gelesen werden auch persönliche Meldungen, wie Hochzeiten, Geburten und Ehrungen.

Information über die Umwelt

Dabei wird die Beziehung des Unternehmens nach außen behandelt.

Eckdaten zu Mitarbeiterzeitung / IV.

- **Redaktionsteam**

Einsatz eines gesamten Teams / „Netzwerk“ für die Sicherung von Beiträgen aus dem gesamten Unternehmen

„Chef vom Dienst“, ggfalls mit externer Unterstützung

„Redaktions-Handbuch“ mit Richtlinien für Autoren, Angaben zum Erstellungs- & Freigabeprozess

- **AutorInnen**

AutorenInnen ggfalls professionelle Hilfe zur Verfügung stellen

„Fragebogen“ als Hilfestellung für Strukturierung des Artikels

„Schreibwerkstatt“ / Richtlinien für Artikelerstellung (Beilage)

Redaktionskonzept mit (fixen) Rubriken, Seitenspiegel zur Orientierung

Erfolgsfaktoren zur Mitarbeiterzeitung

- Sie muss den Bedürfnissen der MitarbeiterInnen entsprechen

„Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“

- **Authentizität**

Kommen wirklich die MitarbeiterInnen zu Wort?

Dem Redaktionsteam sollte ein Höchstmaß an Freiheit zugesichert werden. Nichts ist lähmender als Hofberichterstattung.

- **Reportagestil / Fotostrecken**

Bedeutung von Bildern

Fokus auf „knackige Headline“, Vorspann

- **Buchtipp**

„Perfekt schreiben“ von Markus Reiter und Steffen Sommer, erschienen im Hanser Verlag, ISBN 978-3-446-41917.

Kosten & Evaluierung

- Zu ergänzen – angedacht ist ein Austausch mit den Ergebnissen aus dem PRVA-AK „Wertschöpfung durch Kommunikation“

Best Practise-Beispiele aus der Runde

- In allen durch Teilnehmer im Arbeitskreis vertretenen Unternehmen gibt es Mitarbeiterzeitungen, die ihren festen Platz in der internen Kommunikation haben.
- Sie wird durch elektronische Plattformen ergänzt, hat aber in jedem Fall eine dezidierte „Eigenberechtigung“, v.a. auch als Bindeglied zu Familien, karenzierten MA, Pensionisten ...
- Grundsätzlich ist die Mitarbeiterzeitung sehr individualistisch ausgeprägt, angepasst an die Bedürfnissen / Größe des Unternehmens
- Die vorgestellten Beispiele reichen von einer 1-seitigen täglichen „Feldpostille“ bis zu monatlich oder auch halbjährlich erscheinenden Hochglanz-Magazinen.