

PR-Tipp made by muebri.de – #274

Was bringt die Mitarbeiter-App?

Die Daimler AG hat eine, der Springer-Verlag ebenfalls, genau wie unser lokaler Energieversorger, die NEW in Mönchengladbach. Ja sogar der Schindlerhof, ein Nürnberger Tagungshotel mit rund 70 Mitarbeitern, hat eine. Die Rede ist von der firmeneigenen App. Die mobile Anwendung speziell für Mitarbeiter liegt im Trend und birgt grade für Kommunikatoren großes Potenzial. Denn Kommunikation ist entscheidend, wenn man ein motiviertes und informiertes Team haben will.

Mitarbeiter halten und näher an sich binden

Demografischer Wandel, sich verstärkender Fachkräftemangel – vor diesen Herausforderungen stehen zukünftig alle Unternehmen vom KMU bis zum Großkonzern. Ein Mittel zur Mitarbeiterbindung kann die firmeneigene App sein. Gerade Unternehmen, die viele Mitarbeiter ohne festen Büroplatz beschäftigen, können die Belegschaft über die App auf dem Smartphone besser erreichen. Das in vielen Firmen vorhandene Intranet ist stets an den Desktop gebunden und damit zu unflexibel.

Die App bündelt die Informationen

Was sich in der App zu kommunizieren lohnt, hängt von den eigenen Zielen und den Bedürfnissen der Mitarbeiter ab. So definierte der regionale Energieversorger NEW seine App als nützlichen Begleiter im Berufsalltag, der jedoch genauso Helfer beim Freizeitspaß sein soll. Inhaltlich laufen dort News aus den verschiedenen Standorten, exklusive Videos und Ausflugtipps sowie Urlaubsgrüße von Mitarbeitern zusammen. Das stärkt die Bindung der Belegschaft untereinander und die Identifikation mit dem Unternehmen. Ergänzt wird das Angebot durch einen Nutzwert-Bereich der etwa allgemeine Infos zur Energiebranche, ein internes Telefonbuch oder den Kantinenspeiseplan bereithält.

Welche weiteren Nutzungsszenarien sinnvoll sind, hängt von den Bedürfnissen der Mitarbeiter ab. Gängig sind schon heute bestimmte Funktionen für den Außendienst, wie digitale Visitenkarten mit Scannerfunktion, oder Organisatorisches, wie die Reservierung von internen Konferenzräumen.

Nicht Sendekanal – Interaktionsplattform

Die mobile Anwendung jedoch noch nur als einen weiteren Sendekanal im Kommunikationsmix zu betrachten, greift zu kurz. Denn sie lässt sich als wertvoller Rückkopplungskanal für die Mitarbeiter nutzen. Geschlossene oder offene Chats, Abstimmungen oder ein digitales Schwarzes Brett für neue Ideen können eine App massiv bereichern. Ein gewisser Spaßfaktor und das Gefühl besser gehört zu werden, steigern nämlich massiv die Nutzung der App.

(cp)

©2016 Medienbüro Müller-Bringmann/Datum