

PR-Tipp made by muebri.de – #301

Crossmediale PR: Teil 4

Change Kommunikation: Wie erkläre ich Veränderungen crossmedial?

Crossmediale PR hat viele Facetten und muss in das Kommunikationskonzept des Unternehmens sinnvoll eingearbeitet werden. Durch die Digitalisierung verschwimmen die Grenzen zwischen den verschiedenen Medien und bieten neue spannende Möglichkeiten, Botschaften besser zu verbreiten und den Dialog mit seinen Zielgruppen mehrgleisig zu führen. Dabei steht die moderne PR vor einigen Fragen, die die Serie „Crossmediale PR“ aufzeigt und beantwortet.

Die Verlegung des Standortes, die Aufspaltung eines Unternehmens oder die Übernahme eines anderen – alles Prozesse, die für viele Betroffene eine Veränderung und somit eine potenzielle Krise bedeuten. Damit diese nicht eintritt, muss das Unternehmen richtig kommunizieren und ganz wichtig: Die Zusammenhänge, Hintergründe und Auswirkungen der Veränderungen offen, schnell und transparent erklären.

Ganz wichtig: Bei der Kommunikation müssen die verschiedenen Zielgruppen berücksichtigt werden. Nicht nur Kunden und Mitarbeiter sind von einer Veränderung betroffen, sondern auch Politik, Öffentlichkeit und Medien können ein Interesse an dem Change Prozess haben. Für Change Kommunikation gilt deshalb im Allgemeinen, dass das Unternehmen alle relevanten Zielgruppen so schnell wie möglich über neue Entwicklungen informiert.

Change Kommunikation im Falle eines Standortwechsels

Wenn ein Unternehmen seinen Standort wechselt, weil der vorherige zu klein, zu teuer oder ähnliches ist, beginnt die Change Kommunikation schon bei der Idee, dass der Standort gewechselt werden sollte. Solche Informationen dringen schnell als Gerücht nach außen, sodass das Unter-

nehmen mit den Zielgruppen direkt kommunizieren sollte. Es wird dabei zwischen interner und externer Kommunikation unterschieden.

Bei Change Kommunikation ist es unter anderem wichtig, dass die internen Zielgruppen, wie Mitarbeiter, immer kurz vor den externen Zielgruppen, wie den Medien, informiert werden. So fühlen sich die Mitarbeiter nicht außen vor und würden nicht – im schlimmsten Fall – Neuigkeiten aus der Zeitung bezüglich des Unternehmens erfahren. Der Zeitrahmen zwischen der Information zunächst an die internen und dann an die externen Zielgruppen sollte möglichst klein sein. So wird das Risiko gemindert, dass Informationen zu früh oder im falschen Kontext nach außen getragen werden.

Bei dem Prozess eines Umzuges wird, wie auch bei anderer Change Kommunikation, von oben nach unten kommuniziert: Die Führungsebene informiert die Abteilungsleiter und diese ihre Mitarbeiter. Diese persönliche Kommunikation sollte eine schriftliche Grundlage, wie beispielsweise ein Memo, haben. Möglichst zeitgleich sollte eine interne Mitteilung verschickt werden, die den bisherigen Stand des Umzuges, die Motivation und das weitere Vorgehen erklärt. Dies kann über Mails oder das Intranet erfolgen. Nun wird parallel die Presse beziehungsweise die Öffentlichkeit informiert. Bei einem Standort-Wechsel können nicht nur die Mitarbeiter vor Ort, sondern auch Politik, Verbände und Gewerkschaften Interessensgruppen sein. Auch dies muss bei der Kommunikation berücksichtigt werden.

Change Kommunikation sollte auch crossmedial erfolgen

Um die Veränderung nicht zu einer Krise werden zu lassen, sollten neue Informationen immer schnell und offen an die internen und externen Zielgruppen weitergegeben werden. Im Falle eines Umzuges ist es zudem hilfreich, die Mitarbeiter bereits im Vorfeld mit einzubeziehen: Welche Anforderungen haben sie an ein neues Gebäude, welche Einrichtung sollten die Sozialräume haben?

Wird beispielsweise ein neues Gebäude gebaut, so eignet sich dieser Vorgang gut, um ihn crossmedial zu begleiten: Von einem Pressetermin für die Grundsteinlegung, über die Nutzung von Social Media bezüglich der Bauentwicklung bis hin zu einer Sonderausgabe der Mitarbeiterzeitung können verschiedene Medien eingesetzt werden. So können die unterschiedlichen Bezugsgruppen auf den jeweils passenden Kanälen erreicht werden, über Social Media oder das Intranet kann zudem ein kommunikativer Austausch stattfinden.

(hinz)

©2018 Medienbüro Müller-Bringmann/31. Juli 2018

Kaspar Müller-Bringmann

Hilbingstraße 5
41239 Mönchengladbach
GERMANY

T. 0049 (0)2166 6282-0
F. 0049 (0)2166 6282-33
info@muebri.de
www.muebri.de

www.facebook.com/medienbuero
www.twitter.com/muebri