

Unternehmenskommunikation

Interne Kommunikation: Print schwankt, Online sucht seine Rolle

Eine Befragung bei den hundert grössten Schweizer Unternehmen zeigt Erstaunliches: Trotz Vormarsch von Online drucken nach wie vor sechs von zehn Unternehmen Mitarbeiterzeitungen. Das Intranet scheint vielerorts noch ein Experimentierfeld für zahlreiche neue Ideen zu sein.

Text: **Andreas Jäggi***

Ende 2016 beendeten die SBB fast lautlos eine 93-jährige Tradition. Ab 1924 erhielten alle Bähnler eine Mitarbeiterzeitung. Nun ist das Magazin *Unterwegs* nur noch online verfügbar (www.sbb.ch/unterwegs). «Mit dieser Neuerung reagieren wir auf die veränderten Lesegewohnheiten. Mitarbeitende wollen rasch informiert werden und Inhalte auf Geräten abrufen, die sie ohnehin immer dabei haben», wird in einer kurzen Begründung das Abschaffen des gedruckten Mitarbeitermagazins kommentiert. Ob dies auch zutrifft, muss zuerst bewiesen werden. So kennt die Post seit Längerem neben der gedruckten

«Vor einigen Jahren führte die UBS ihr Mitarbeitermagazin wieder ein.»

Mitarbeiterzeitung eine mobilefähige Onlineversion. Laut Andreas Guler, bis vor Kurzem Leiter Interne Kommunikation, kommen jedoch die Onlinezugriffe bei Weitem nicht an die Nutzerzahlen der gedruckten Ausgabe heran. Diese Erfahrungen machen viele Unternehmen. Auch deshalb führte die UBS vor einigen Jahren für ihre Mitarbeitenden in der Schweiz das Mitarbeitermagazin wieder ein.

* Andreas Jäggi ist Geschäftsführer von Perikom – Fachverein für Personalmanagement und Interne Kommunikation.



Ringier setzt in der Mitarbeiterkommunikation bei Print auf Emotion, Haptik und Akzente, bei Online auf Tempo, Relevanz und Information.

wollte es genau wissen und befragte die hundert grössten Schweizer Unternehmen über ihre Leitkanäle der internen Kommunikation. Dabei zeigte sich Überraschendes: 61 Prozent der angefragten Firmen produzieren noch gedruckte Mitarbeitermagazine. Die Publikationen mit den weitaus grössten Auflagen (siehe Liste) sind dabei *Die Post*, die zwölfmal jährlich erscheint, und *Coop Forte* von Coop, die alle drei Monate herausgebracht wird.

«Das Leadmedium der internen Kommunikation ist das Intranet.»

Aufgabe eines strategischen Kommunikationskanals

Der Trend weist jedoch deutlich in die andere Richtung. In den letzten zehn Jahren haben Swiss Re, Swiss Life, LUKB, Kuoni, Julius Bär, SRG SSR, Tamedia, NZZ, Axa Winterthur, IBM Schweiz, Swisscom, Raiffeisen und Credit Suisse ihre Mitarbeitermagazine eingestellt.

Doch wie in der kommerziellen Medienwelt ist nicht nur das veränderte Nutzerverhalten für die Krise von Printprodukten verantwortlich – auch die Kosten spielen eine wesentliche Rolle. In den ohnehin mit Kleinstbudgets ausgestatteten Abteilungen für interne Kommunikation schlagen Druckkosten hoch zu Buche. Bei einer Sparrunde wird durch die Aufgabe der Printversion schnell ein fünfstelliger Betrag frei. Geschäftsleitungen sehen die Funktionen der Mitarbeiterzeitung – strategische Ausrichtung, Identifikation, Förderung des Zusammenhalts und der Unternehmenskultur – durch andere Kanäle wohl gleich gut erfüllt wie durch das traditionsreiche Medium. Ob den verantwortlichen CEOs klar war, dass sie damit ein strategisches Kommunikationsmittel aus der Hand gaben – nämlich einen steuerbaren Kommunikationskanal, der im Meer der internen Informationsflut besondere Aufmerksamkeit erzielt?

Mitarbeiterzeitungen immer noch stark verbreitet

Perikom, der Fachverein für Personalmanagement und Interne Kommunikation,

Dabei existiert neben der gedruckten fast überall auch eine Onlineversion, meistens jedoch als reine PDF-Version. Nur in Ausnahmefällen, wie bei der Post und der UBS, wird in eine voll mobilefähige Onlineversion investiert. Andere Unternehmen stellen ausgewählte Artikel ins Intranet.

Leadmedium Intranet

Fragt man Verantwortliche für Unternehmenskommunikation jedoch nach dem Leadmedium der internen Kommunikation, so wird fast unisono das Intranet genannt. Firmen mit Mitarbeiterzeitung erwähnen aber zusätzlich ihr Printprodukt als gleichwertiges Leadmedium. Schaut man die Antworten genauer an, wird deutlich, welche unterschiedlichen Ausprägungen von Intranets vorhanden sind: In Industriebetrieben, bei denen PC-Arbeitsplätze nicht Standard sind, werden immer noch Intranets der ersten Generation verwendet, die sich durch passive Archivfunktionen auszeichnen. Unternehmen der Dienstleistungsbranche bewegen sich in der Regel auf dem Level der zweiten Generation, in dem Funktionalitäten der Zusammenarbeit und des Wissensaustausches integriert sind. Auf dem höchsten Level – das heisst inklusive entwickelter Kollaborationsfunktionen – sind bei den Top-100-Unternehmen wohl nur Firmen wie Google, IBM und auch Swisscom angelangt.

Das Telekommunikationsunternehmen launcht fast im Zweijahresrhythmus ein komplett überarbeitetes Intranet, das auch den Anforderungen der modernen (mobi-



Mit mobilen Intranetlösungen werden auch Mitarbeiter ohne PC-Arbeitsplatz erreicht.

PERIKOM

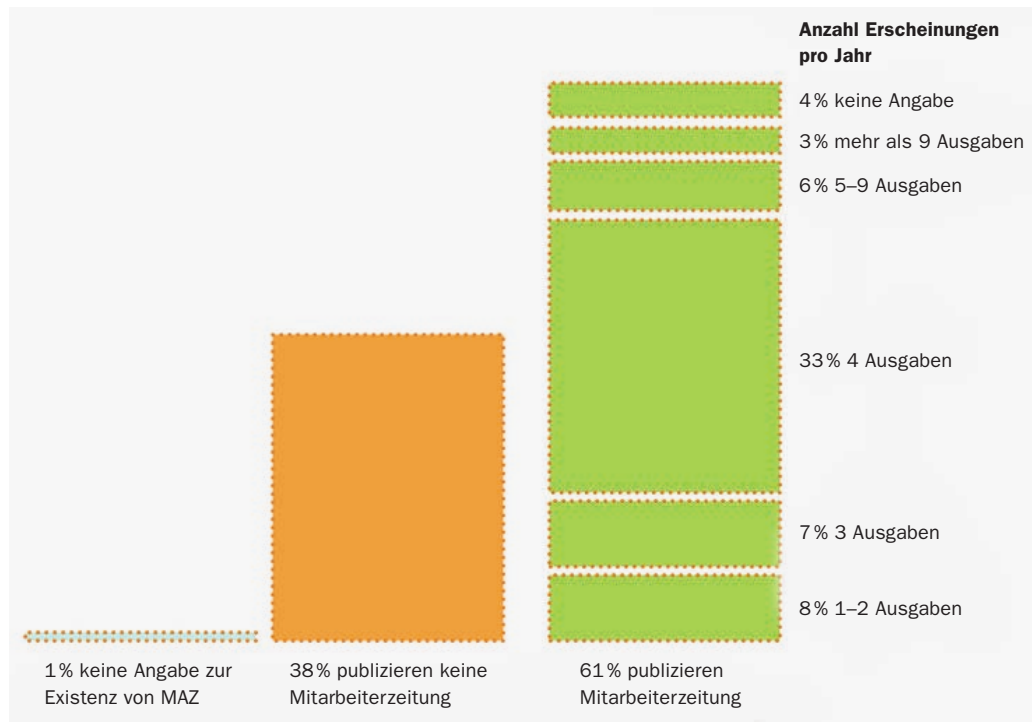
Perikom-Faktencheck 2017 zur internen Kommunikation

Eine Umfrage bei den hundert grössten Schweizer Unternehmen (die Resultate sind geordnet auf Basis der in der Schweiz Beschäftigten) gibt Auskunft über die Leadkanäle und die Anzahl Beschäftigter im Bereich der internen Kommunikation und zeigt Titel und Erscheinungsweise der Printprodukte auf. Die Zusammenfassung der Studie ist zum Download erhältlich unter www.perikom.ch, der vollständige Faktencheck gegen eine Schutzgebühr via info@perikom.ch.

Die grössten Mitarbeiterzeitungen der Schweiz

Firma	Titel	Mitarbeitende in der CH	Firma	Titel	Mitarbeitende in der CH
Die Post	Die Post	54 500	Novartis	Live	13 000
Coop	Forte	54 000	Securitas Gruppe	Journal	13 094
Postmail	PM-Magazin	29 257	ISS AG	ISS Insider	11 600
UBS	We	23 400	Migros Aare	aare Magazin	11 538
Roche	My Roche	15 000	Nestlé	Gazette	10 885

Anteil der hundert grössten Schweizer Unternehmen mit Mitarbeiterzeitung (MAZ)



len) Arbeitswelt gerecht werden soll. Selbstverständlich umfasst diese moderne Generation der Intranets auch Social-Media-Funktionalitäten, doch sind es wohl nicht einmal ein Dutzend Unternehmen in den Top 100, die hier über valable Erfahrungen verfügen.

Das gleiche Bild zeigt sich bei Lösungen, die Mitarbeitenden auch auf dem Smartphone zur Verfügung stehen, wie sie etwa der Dienstleister Beekeeper anbietet. Seine Lösungen nutzen unter anderem Globus, Ricola, Rivella oder Migros SportXX.

Interne Kommunikation im Umbruch

Die interne Kommunikation der Schweizer Grossunternehmen ist im Umbruch. Traditionreiche Mitarbeiterzeitungen und Intranets der ersten Generation genügen den Ansprüchen der modernen Arbeitswelt nicht mehr. Inwieweit künftig die Bottom-up-Kommunikation auf die Wertschöpfung der Unternehmen einzahlt, welche Rolle Top-down- und Führungskommunikation spielen und wie sich die Umwälzungen der Corporate Communications im Allgemeinen auf die Kommunikation mit dem «Stakeholder» Mitarbeiter auswirken, ist heute noch – wie vieles zur digitalen Zukunft – offen. Festzuhalten ist: Der oft zitierte Trend im Hinblick auf die Digitalisierung der internen Kommunikation ist erst in den internationalen Dienstleistungsunternehmen angekommen.

ANZEIGE

Wir bieten Ihrer Werbung was sie verdient:

Die perfekte Plattform

Mit Ihrer Anzeige erreichen Sie 127 000 Leserinnen und Leser, bei Grossauflagen sogar 286 000, in der Luzerner Landschaft.

Ihre Anzeige für die Luzerner Landzeitungen buchen Sie bei Reto Fluri

SWS Medien AG Werbung, Am Viehmarkt 1, 6130 Willisau
 Telefon 041 972 60 70, E-Mail werbung@swsmedien.ch
 oder bei Ihrer Lokalzeitung vor Ort.

15. Mai 2017
KKL Luzern

The New
**GLOBAL
RACE**



www.europaforum.ch



Alain Berset
Bundesrat,
Vorsteher EDI



Steven Erlanger
London Bureau Chief of
The New York Times
Company



Martina Larkin
Mitglied Executive
Committee,
World Economic Forum

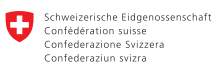


Rada Rodriguez
CEO Country
President Germany,
Schneider Electric



Daniel Vasella
ehem. CEO & Chairman,
Novartis

Hauptpartner



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA
Direktion für europäische Angelegenheiten DEA

Tagungspartner



Kanton Zürich
Volkswirtschaftsdirktion
Fachstelle für grenzüberschreitende
Zusammenarbeit

förderkreis 92
europa forum lucerne

Premium Medienpartner

Neue Zürcher Zeitung

Medienpartner

Moneycab
Die Volkswirtschaft
Unternehmerzeitung

Netzwerkpartner

Scienceindustries
Swissmem
VSUD
Zuger Wirtschaftskammer