

Alles oder nichts: Intern kommunizieren!

Von der richtigen Strategie, über die Frequenz bis zur Mitarbeiter-App: Was Firmen in der Krise von Big Playern wie Magna lernen können.

LINZ. In der internen Kommunikation gab es auch vor Covid-19 in österreichischen Unternehmen schon ordentlich Nachholbedarf.

Eine Mitarbeiter-App kann hier Abhilfe schaffen und ist gerade jetzt ein probates Mittel für den kontinuierlichen internen Dialog.

Natürlich sind heute viele Unternehmen in der internen Kommunikation strategisch und inhaltlich gut aufgestellt. Aber die Kunst ist es, sicherzustellen, dass die interne Kommunikation einfach, schnell und reibungslos funktioniert – in guten wie in schlechten Zeiten. Wichtige sachliche Informationen müssen transparent aufbereitet und ohne Zeitverzögerung an die Mitarbeiter kommen – bevor der Flurfunk losgeht, für Ängste und Gerüchte sorgt. Dabei geht es um wirtschaftliche Facts ebenso wie um psychologisch wertvolle Informationen. Diese vermitteln Sicherheit und können das Zusammengehörigkeitsgefühl besonders im neuen Zeitalter von Homeoffice und Social Distancing stärken.

Interne Kommunikation wird zur Bringschuld

In Krisenzeiten gewinnt die Mitarbeiterkommunikation stets an Bedeutung – vor allem, um Unsicherheit zu nehmen, aufzuklären und Veränderungen so klar und transparent wie möglich zu kommunizieren. Gleichzeitig müssen Zukunftsperspektiven aufgezeigt und positive Impulse ins Unternehmen gebracht werden.

Generell sind dafür das Intranet und das schwarze Brett die gängigen Kommunikationsmedien. Selbst wenn diese auch nicht allen zugänglich sind und immer weniger genutzt werden.

Auch eine Mitarbeiterzeitung wird in der Regel gerne gelesen, hat aber nicht immer die notwendige Aktualität, die gerade in der jetzigen Situation erforderlich ist.

Daher bietet sich eine Mitarbeiter-App mit guter Usability an, die den direkten und schnellsten Zugang zur gesamten Belegschaft ermöglicht. Das heißt: von der ersten Führungsebene bis zur Anlenkraft in der Produktion. Im Idealfall global an die Standorte angepasst und, um Missverständnisse zu vermeiden, in der jeweiligen Muttersprache verfügbar.

Eine App als Missing Link

Die von SPS MARKETING entwickelte hAPPYdo® HR-App wird vom Automobilzulieferer Magna bereits seit 2019 erfolgreich eingesetzt. Die App dient mit ihren zahlreichen Angeboten der Stärkung der Arbeitgebermarke, er-



Immer bestens informiert: Die Mitarbeiter-App beinhaltet auch Push-Nachrichten im Krisenfall.

Public Relations bei Magna. „Bei Magna können wir dies mithilfe der Mitarbeiter-App sehr gut realisieren. Die App ermöglicht es uns, kurzfristig zu reagieren, Informationen gezielt auszuspielen und mit den Mitarbeitern in Echtzeit zu kommunizieren. Das sorgt für maximale Transparenz und schafft Vertrauen!“

Nach dem weltweiten Roll-out sind die Userzahlen der Magna Mitarbeiter-App in den Covid-19-Krisenmonaten deutlich gestiegen – über alle Hierarchieebenen hinweg. Das zeigt, dass die App mittlerweile eine hohe unternehmensweite Akzeptanz und Durchdringung erreicht hat.

Neben der Mitarbeiter-App geht Magna mit einem weiteren guten Beispiel voran und stellt die interne „Back to Work“-Kampagne gemeinsam mit der Agentur SPS MARKETING spontan auch anderen Unternehmen zur Verfügung.

„Die interne Kommunikation ist in diesen Zeiten enorm wichtig“, sagt Gerhard Preslmayer, CEO von SPS MARKETING.

„Bei einem Produktions-Re-Start gilt es einerseits, Ängste zu nehmen und andererseits, die neuen Sicherheitsrichtlinien klar und konsequent top-down zu kommunizieren. Jeder muss gleichermaßen mitgenommen werden – von der Führungskraft bis zum Hilfsarbeiter, vom Werkschutz bis zum Lieferanten!“

möglicht eine schnellere und bessere interne Kommunikation und unterstützt den Recruiting Prozess. Dabei profitieren die Mitarbeiter und das Unternehmen gleichermaßen von zahlreichen Vorteilen und Funktionen wie z.B. Push-Nachrichten, falls erforderlich sogar rund um die Uhr und auch an Wochenenden, was sich jetzt im Krisenfall besonders bewährt hat.

Zusatzfeatures wie Umfragen, Eventkalender mit Registrierung, Zugriff auf die aktuelle Ausgabe des Mitarbeitermagazins und weitere standortspezifische Services runden das Angebot ab. Die App basiert auf dem Content Management System hAPPYdo® und kann ganz einfach – zentral oder dezentral – von Marketing und/oder HR gepflegt werden.

Zur rechten Zeit bei Magna global gelauncht

Beim Automobilkonzern Magna hat sich dieses Tool gerade jetzt besonders hoher Beliebtheit erfreut. „Seit dem Re-Start nach der ersten Pandemiewelle spüren wir alle, wie sich das Arbeitsleben und die Kommunikation für uns alle verändert haben“, erklärt Tracy Fuerst, Vice President Corporate Communications and



Die „Back-to-Work“-Kampagne bei Magna gibt an allen Touchpoints wichtige Verhaltensanweisungen.



WEITERE INFOS:
<https://happydo.app>
www.sps-marketing.com