

Interne Kommunikation ist externe Kommunikation

Wie sich positive interne Kommunikation auswirkt

Die Praxis eines Bürgermeisters zeigt es: Ein Termin jagt den anderen - eine Gratulation oder eine Eröffnung da - ein Pressetermin dort. Zwischenzeitlich werden die administrativen Dinge und die politischen Angelegenheiten erledigt. „Schreiben wir doch noch eine Presseausendung zum Thema XY“ lautet oft der Auftrag eines Bürgermeisters an die Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung...

Der Artikel wird verfasst, noch ein entsprechendes Foto gemacht, mit dem Bürgermeister gegengecheckt und an den vorhandenen Zeitungsverteiler gemailt. Gleichzeitig wird dieser Artikel auf die gemeindeeigene Homepage gestellt und über die sozialen Medien vertrieben. In den nächsten Tagen wird die Medienlandschaft beobachtet, die gedruckten Artikel fein säuberlich archiviert und die Zugriffe auf die Homepage sowie die Kommentare in den sozialen Medien festgehalten.

„Hast du das in der Zeitung schon gelesen?“ hört man in den nächsten Tagen oft von den Mitarbeitern in den Abteilungen, am Gang, im Lift oder in der Kaffeecorner. Damit verbunden ist die Unzufriedenheit wieder einmal Neuigkeiten der eigenen Führungskräfte (der eigenen Gemeinde) aus der Zeitung zu erfahren. „Mit uns redet ja keiner“ wird dann unter den Mitarbeitern als gemeinsames Ergebnis der Unterhaltung festgestellt. Frustration macht sich breit.

Veränderte Kommunikationsbedürfnisse

Kommunikationsarbeit ist eine der zentralen und komplexen Herausforderungen der heutigen Zeit. Stabile Kommunikationsmuster haben sich in den letzten Jahrzehnten grundlegend verändert. Die Vielfalt an Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten hat schlagartig zugenommen. Darüber hinaus haben sich auch die Adressaten verändert. Für Städte und Gemeinden bedeutet dies, dass sowohl die Bürgerinnen und Bürger heute einen anderen Anspruch an Kommunikation und Information haben, wie auch die Mitarbeiter der Kommunen. Beide, sowohl die Mitbürger als auch die Mitarbeiter, artikulieren individuelle Bedürfnisse und erwarten eine zunehmende Differenzierung des Kommunikationsangebotes. Dies ist für die Führungskräfte der österreichischen Kommunen eine wahre Herausforderung. Eine, der man sich, in Zeiten von vollen Terminkalendern, stellen muss. Ungleich mehr an Zeit und Ressourcen wird jedoch für die Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern aufgewendet als für jene mit den Mitarbeitern.

Bedeutung der internen Kommunikation nimmt zu

Die Bedeutung der internen Kommunikation innerhalb einer Gemeinde oder Stadt wird wesentlich zunehmen. So wie wir unsere Kommunikationskanäle nach außen festgelegt haben müssen wir auch unsere internen Zielgruppen festlegen. Dies ist ungleich einfacher, weil der Mitarbeiterstab ein relativ konstanter und der Zugang zu den Kommunikationsmöglichkeiten bekannt ist. Im oben geschilderten Fall wäre eine zeitgleiche Information an unsere Mitarbeiter, eventuell noch verbunden mit der einen oder anderen Hintergrundinformation, ein erster Schritt zu einer „neuen internen Kommunikationskultur“. Dies hätte zur Folge, dass alle MitarbeiterInnen zeitgleich die Informationen erhalten und sowohl innerhalb des Betriebes als auch in der Öffentlichkeit anderes agieren können.

In diesem Zusammenhang wird auf die Notwendigkeit einer ganzheitlichen, strategisch geplanten Kommunikation hingewiesen. Und diese umfasst sowohl die externen Zielgruppen als auch jene im internen Bereich einer Kommune. Damit verbindet sich die Überlegung, dass durch eine Koordination der gesamten Kommunikation die Darstellung der Gemeinde oder der Stadt effektiver und effizienter gestaltet werden kann. Im nächsten Beitrag werden wir uns mit dem Thema von unterschiedlichen Zielgruppen in der internen Kommunikation beschäftigen.

Ihr Ansprechpartner:
Günter Toth
T 03352/38990
E office@ks-beratung.at

in Zusammenarbeit mit
Herbert Thumpser, MSc und
Mag. Sylvia Kögler

