

Kurze Erläuterung für den Arbeitskreis „Interne Kommunikation“

Vortrag „Die Mitarbeiterzeitschrift – Flaggschiff der internen Kommunikation?“

1888 erste Mitarbeiterzeitschrift in Österreich

Bisher wenige wissenschaftliche Publikationen: in Österreich gar keine

Was kann sie, wie soll eine gute MAZ aussehen?

Argumente PRO:

- Höhere Wertigkeit als digitale Medien
- Setzt nachhaltig Akzente
- Erreicht auch Familienangehörige
- Auch für Mitarbeiter ohne PC-Zugang
- Informiert, motiviert, involviert
- Information schafft Vertrauen, sie dient dem guten betrieblichen Klima
- Ist ein strategisches Medium

Gute MAZ ist gekennzeichnet durch:

- Mitarbeiter stehen im Zentrum der Berichterstattung
- PR begins at home
- Zeigt Wertschätzung des Unternehmens, unterstreicht das WIR
- Ohne Motivation keine Identifikation: Involvierte Mitarbeiter sind Botschafter des Unternehmens
- liefert Beitrag zum Unternehmenserfolg
- Sie stellt informierende Plattform dar:
 - kontinuierlich, aktuelle
 - ohne Zensurierung
 - Einbindung der Mitarbeiter
 - Hintergrundinformationen lassen Zusammenhänge erkennen und Verständnis aufbringen
- Mitarbeiter werden miteinbezogen, Fragen & Bedürfnisse werden ernst genommen
- Ziele, Werte, Stärken, ... Image werden transportiert
- Beinhaltet fixe Rubriken/wichtige Themen:
 - ua
 - Geschichten, neue oder alte neu verpackt
 - Wirtschaftliches, neue Märkte, neue Produkte
 - Erfolge & Misserfolge
 - Soziale Leistungen
 - Humor & Geselliges
- Gute Texte: von Profis und motiviertem Redaktionsteam geschrieben
 - Foto- und Textlieferanten
 - Schulung & Motivation der Mitarbeiter

Betriebsrats-Beiträge:

Mitarbeiterzeitschrift ist keine Plattform des Betriebsrates, dieser hat andere Möglichkeiten.
Sie soll strategisches Medium des Unternehmens bleiben!