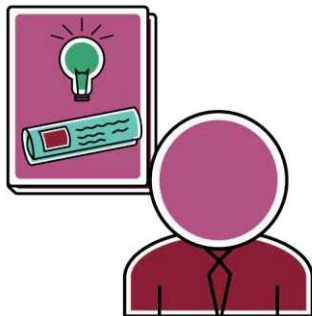


## P08 Mitarbeiterzeitschriften

Prof. Dr. Annika Schach



# Mitarbeiterzeitschriften

## Inhalt

<b>1. Interne Kommunikation</b> .....	<b>5</b>
1.1 Die Bedeutung der internen Kommunikation für Organisationen .....	6
1.2 Interne Ziele und Zielgruppen .....	8
1.3 Maßnahmen der internen Kommunikation.....	11
1.4 Trends und Entwicklungen in der internen Kommunikation .....	12
<b>2. Die Mitarbeiterzeitschrift als zentrale Publikation</b> .....	<b>15</b>
2.1 Historische Entwicklung der Mitarbeiterzeitschrift .....	16
2.2 Begriffsdefinition, Merkmale und Abgrenzung .....	17
2.3 Die Printversion im Spannungsfeld der digitalen Kommunikation .....	21
<b>3. Konzeption der Mitarbeiterzeitschrift</b> .....	<b>26</b>
3.1 Redaktionelles Konzept und Themenplanung.....	27
3.2 Aufbau und Struktur.....	31
3.3 Eine prämierte Publikation: you and me.....	35
<b>4. Titel, Texte und Sprache in der Mitarbeiterzeitschrift</b> .....	<b>39</b>
4.1 Der Titel .....	40
4.2 Layout und Bildsprache.....	41
4.3 Textsorten und Sprache der Mitarbeiterzeitschrift.....	45

4.4	Das Editorial.....	46
4.5.	Geschichten in Mitarbeiterzeitschriften: Am Beispiel Bosch Zünder .....	49
<b>5.</b>	<b>Produktion und Verteilung .....</b>	<b>53</b>
5.1	Phasen der redaktionellen Planung.....	54
5.2	Content-Strategie und Redaktionssystem .....	55
5.3	Druck und Distribution.....	57

# Mitarbeiterzeitschriften



## **Allgemeine Lernziele**

Nachdem Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben:

- können Sie die Interne Kommunikation in der Unternehmenskommunikation verorten;
- kennen Sie den Maßnahmen-Mix der internen Kommunikation;
- wissen Sie, wie man eine Mitarbeiterzeitschrift definiert;
- haben Sie die Erfolgsfaktoren für eine Mitarbeiterzeitschrift erfasst;
- kennen Sie den Aufbau, die Textsorten und die graphische Gestaltung einer Mitarbeiterzeitschrift;
- wissen Sie, wie der redaktionelle Produktionsprozess zu gestalten ist;
- haben Sie viele erfolgreiche Beispiele aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen kennen gelernt.

Die Mitarbeiterzeitschrift ist das „Flaggschiff“ der internen Kommunikation in Unternehmen und Organisationen und gilt als Klassiker. Sie ist in vielen Organisationen ein zentraler Teil des Maßnahmen-Mixes der Mitarbeiterkommunikation, obwohl die Erstellung oftmals sehr aufwändig und kostenintensiv ist im Vergleich zu anderen Informationsmedien. Durch den wachsenden Einsatz von Intranet und E-Mail-Newslettern, die eine viel höhere Informationsschnelligkeit

bieten können, hat sich auch die Konzeption der Mitarbeiterzeitschrift gewandelt. Sie setzt vermehrt auf Informationstiefe, die Aufbereitung von Geschichten und Hintergründen sowie eine hohe Emotionalisierung und Personalisierung. In großen Unternehmen muss sich der Redaktionsprozess den Herausforderungen einer sehr heterogenen und internationalen Mitarbeiterstruktur stellen und Themen finden, die auch in unterschiedlichen Kulturkreisen funktionieren. Da die interne Kommunikation vor dem Hintergrund von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen eine immer stärkere Relevanz erlangt, ist auch die Mitarbeiterzeitschrift ein Medium, in das nach wie vor viel investiert wird. In diesem Studienbrief lernen Sie die spezifischen Merkmale einer Mitarbeiterzeitschrift kennen und können einen erfolgreichen Titel konzipieren und texten. Sie erfahren, warum die qualitativ hochwertige Mitarbeiterzeitschrift immer noch ihre Berechtigung in der internen Kommunikation hat und welche Kriterien beim inhaltlichen und sprachlichen Aufbau zu berücksichtigen sind – egal ob in der Print-Version oder in einer Online-Ausgabe.

# 1. Interne Kommunikation



## **Lernziele**

Nachdem Sie das erste Kapitel durchgearbeitet haben,

- kennen Sie die Bedeutung der internen Kommunikation für Unternehmen;
- wissen Sie, welche Ziele die Interne Kommunikation verfolgt;
- können Sie verschiedene Zielgruppen der internen Kommunikation differenzieren;
- erhalten einen Überblick über Maßnahmen der internen Kommunikation;
- wissen Sie, warum eine gute Unternehmenskultur auch in Veränderungsprozessen wichtig ist.

Die interne Kommunikation umfasst alle kommunikativen Prozesse, die sich innerhalb eines Unternehmens und dessen Akteuren abspielen. Im Vergleich zu der externen Kommunikation eines Unternehmens ist sie ausschließlich nach innen gerichtet und spricht alle Mitarbeiter und Mitarbeitergruppen an. Die interne Kommunikation umfasst verschiedene Ebenen. Sie ist: