



Bild von Mudassar Iqbal auf Pixabay

Der richtige Medienmix

Was ist bei der Auswahl /
Zusammenstellung zu beachten?

Informieren und ins Gespräch kommen



... ist das Ziel des Medieneinsatzes.

Wer ins Gespräch kommen will, muss

- in Vorleistung gehen (immer wieder)
- verschiedene Wege ausprobieren
- flexibel bleiben: experimentieren und regelmäßig prüfen

(... zum Informieren gleich mehr)

vorab: Fragen



... die Antworten ergeben sich aus Eurer Strategie, z.B.:

- Wollen wir auch Zielgruppen außerhalb des Betriebs erreichen?
- Brauchen wir mehr Dialog?
- Welche der vorhandenen Medien nutzen die Beschäftigten (gerne)?
- Welche medialen Erwartungen haben die Beschäftigten an uns?

Der richtige Medienmix



Ihr braucht einen guten Medienmix.

→ Der sieht für jedes Gremium anders aus.

Allgemein ist zu beachten:

- verständlich schreiben und sprechen
→ Übersetzen
- Verbindungen zu jeweils anderen Medien schaffen
→ Redundanz ist erlaubt
- Wiedererkennung ermöglichen

Medien – persönlich



- Betriebsbegehung (auch telefonisch),
- Sprechstunden,
- Betriebsversammlung,
- Abteilungsversammlung,
- ...

→ direkter geht's nicht

Medien – analog



BR-Zeitung, Aushänge, Postkarten, Flyer, ...

→ dienen „nur“ der Information

Stärken:

- kann hohen Identifikationsfaktor haben
- wird u.U. als wertschätzend(er) empfunden
- herausstechen aus dem Digitalen
- andere Zielgruppen erreichen

Medien – digital



E-Mail, Intranet, Messenger, Videobotschaften, ...

Stärken:

- Rückmeldemöglichkeit eingebaut: dialogisch
- häufig niedrigschwellig
→ alle können (inhaltlich) etwas beitragen
- wenig Vorlauf / Aufwand: schnell
- ...

Exkurs Befragungen



Befragungen sind immer auch ein Versprechen,
→ daher gut organisieren!

- live oder zeitunabhängig
- analog oder digital

Befragungen – Vorteile



Stärken:

- direkter Draht zum BR
- alle werden gehört
- wenn digital, dann schnell und gut auszuwerten
→ ressourcenschonend

... die Medien im einzelnen



Flugblatt / Flyer / Postkarte



- sehr kurz und sehr knapp
- kompakt: Zum In-die-Tasche-stecken
- kann durch den BR verteilt werden → persönlicher Kontakt
- für außergewöhnliche Orte geeignet: Kantine, Fahrstuhl, ...
- unabhängig vom Ort lesbar

Aushänge und Newsletter



- kurz und knapp
- kein Platz für Hintergrundinfos
- Layout der Situation anpassen („Eyecatcher“)
- sehen / lesen das alle?
- zusätzlich im Netz zur Verfügung stellen?

Betriebsratszeitung



- Platz für Hintergrundinfos
- hoher Identifikationsfaktor
- hoher Aufwand und Vorlauf
→ nichts für aktuelle Infos
- Regelmäßigkeit muss gewährleistet sein
- unabhängig vom Ort lesbar

elektronische Betriebsratszeitung



- kann ohne Aufwand verteilt werden (z.B. per E-Mail)
- kann ins Intranet gestellt werden
- Beschäftigte können sie ausdrucken, wenn sie wollen
- kann medial erweitert werden: z.B. mit Links

Intranet-Auftritt



- ... noch mehr Platz für Hintergrundinfos
- vielseitig: Links, Filme etc.
- sehr schnell / aktuell
→ Aktualität weckt Erwartungen
- Zugang zum Rechner + Medienkompetenz erforderlich
- Feedback möglich!

Intranet + Gedrucktes



- übersichtlich zu gliedern: Archiv
- auch Älteres ist jeder Zeit zugänglich
- kann als Informationsknoten genutzt werden

E-Mail(-Newsletter)



- sehr schnell
- dialogisch
- Links können mitgeschickt werden
- geht evtl. in der Masse unter
- Zugang zum Rechner erforderlich

Newsletter:

- Regelmäßigkeit wird erwartet

... für alle Medien gilt



nochmal zur Erinnerung:

- verständlich schreiben und sprechen
→ Übersetzen
- Verbindungen zu jeweils anderen Medien schaffen
→ Redundanz ist erlaubt
- Wiedererkennung ermöglichen