



Zu viel, zu groß, zu teuer – so lauten die üblichen Gründe im Mittelstand gegen interne Kommunikation. Dass es auch anders geht, zeigt der Direktvertriebsspezialist Ranger Marketing mit Standorten in ganz Deutschland. Der Lohn: die Wertschätzung der Mitarbeiter und ein erkennbarer Beitrag zum Erfolg der Firma.

Des Sprechers innere Stimme

TEXT PATRICK NEUMANN



Was zunächst als Dienstleistung für die Kolleginnen und Kollegen angelegt ist, kann sich mit der Zeit auch im PR-Bereich auszahlen. Im ersten Schritt liegt es bei der Unternehmenskommunikation, Plattformen mit interessanten Geschichten zu etablieren. Werden die internen Medien angenommen, sind Anregungen aus den eigenen Reihen recht wahrscheinlich – eine Zeitung erhält auch Leserbriefe, während in der Firma der Kontakt ‚zur Redaktion‘ noch einfacher ist. Beispiele aus dem Hause Ranger sind der Hinweis auf einen Mitarbeiter, der früher Fußballprofi war, oder die Beratung von nunmehr äußerst zufriedenen Prominenten. Derlei ‚menschelnde‘ Storys sind auch Joker im Kontakt mit Journalisten.

Intranet

Selbst für kleine Unternehmen bringt ein internes Portal mit direktem Zugriff auf alltägliche Anwendungen Vorteile. Ein ‚Who is Who‘ erleichtert die Kommunikation ebenso wie ein Link zur Telefonauskunft. Die Buchhaltung wird es danken, wenn für die Kollegen stets das aktuellste Reisekostenformular bereitsteht. Doch was Menschen wirklich interessiert, sind Inhalte mit sozialer Komponente: eine Fotogalerie mit Bildern des letzten Betriebsausflugs, Ergebnisse des Sportturniers, eine Pinnwand... Und selbst ein Tipp-spiel führt dazu, dass sich Kollegen an der Kaffeemaschine plötzlich etwas zu sagen haben.

Wer hier Mehrwert schafft und in diesem Umfeld seine internen Nachrichten platziert, erreicht mehr Aufmerksamkeit als mit jeder Rundmail. Strategischer Verbündeter ist dabei auch die IT-Abteilung. Ein Intranet als zentral vorgegebene Startseite des Browsers ist stets im Blick.

Für die redaktionellen Inhalte bietet sich das Anzapfen des Flurfunks an. Hier werden die Themen gesetzt. Gefragt sind offene Ohren der Kommunikationsabteilung, von dort ein guter Draht zur Geschäftsleitung und schließlich etwas Formulierungskunst. So entsteht genug Spielraum, um guten Themen einen noch besseren Anstrich zu geben und für scheinbar weniger Spannendes, wie bei-

spielsweise Arbeitssicherheit oder Brandschutz, ein Bewusstsein zu wecken. Selbst wenn bereits verunsichernde Nachrichten kursieren, bietet das Intranet eine schnelle Möglichkeit, um Entscheidungen transparent zu machen. Oder, noch besser: aktiv zu informieren, auf dass die Gerüchteküche kalt bleibt.

Die Intranet-Werkzeugkiste ist reichlich bestückt: Umfragen ermöglichen Richtungsentscheidungen und geben das Gefühl der Mitbestimmung, ein Lexikon (oder gar ein Wiki unter Beteiligung aller) bündelt Wissen. Interviewpartner rekrutiert man gern auch in den eigenen Reihen: Die Meinung eines überzeugten Kollegen hat in der Regel einen überzeugenderen Grundton als die ‚Ansage von oben‘.

Bei Ranger Marketing gibt es spezifische Intranets für die Zielgruppen, auf Basis einer angepassten Plattform: für die Angestellten der Ranger-Gruppe in der Verwaltung, für die regionalen Handelspartner sowie weitere Module für die Kundenberater in den verschiedenen Ländern. Bei wachsender Firmengröße und vielen Standorten haben sich darüber hinaus Microblogging-Dienste, wie Yammer, bewährt.

Die Wertschätzung der Mitarbeiter für das neue Medium äußert sich gerade dann, wenn die Kommunikation ‚von oben‘ einmal ausbleibt: Wurden zehnjährige Jubiläen bisher stets von einer kleinen Story über die Person begleitet und wird diese einmal versäumt, landen schnell entsprechende Hinweise im Postfach.

Unternehmensradio

Am Anfang stand eine Kassette mit der Aufschrift ‚Antenne Südmilch‘. Der Geschäftsführer hatte sie mitgebracht und gab die Parole aus: ‚Tolle Idee, das machen wir auch – aber bitte deutlich flotter.‘ So entstanden in den vergangenen sieben Jahren 75 Ausgaben von ‚R hoch 2‘, dem Ranger Radio. Dank Intranet ist die Verbreitung einfach, und auch die Warteschleife bekommt regelmäßig neuen Schwung. Die Gema erhält dabei einen vertretbaren Anteil.

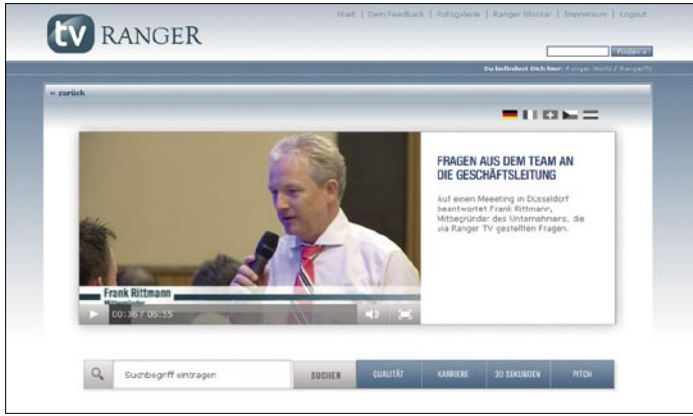
Im finanziellen Rahmen bleibt auch die Einkaufsliste: Reporta-

Wer ist Ranger?

Im Internet gibt es viele Ansichten, was Ranger macht – vor allem viele falsche. Mit der gleichnamigen Mikro-Webseite setzt Ranger den Deutungsversuchen der Internetmeinungen die Realität entgegen: Beim Blick hinter die Kulissen kommt das eigene Team zu Wort. Neben der offiziellen Präsenz www.ranger.de unterstützt www.wer-ist-ranger.de maßgeblich die Online-Reputation. Während Hersteller und Händler ein klares Profil haben, bewegt sich der Direktvertrieb auf sensiblerem Gebiet. Alle wollen verkaufen, doch manche helfen unsauber nach und ‚drücken‘. Daher ist es die Kernaufgabe der Unternehmenskommunikation, Ranger deutlich abzugrenzen von dieser Art des Wettbewerbs. Dies gelingt dank eines umfassenden Qualitätsmanagements, Selbstbeschränkungen, eines verpflichtenden Ausbildungsprogramms und der ersten Tüv-Zertifizierung in dieser Branche. So kann Ranger im Namen der Marktführer aus dem Telekommunikations- und Energiebereich die Kunden persönlich und vor Ort beraten – mit gutem Gewissen.

► **Hand aufs Herz: Wann hat sich zuletzt ein Medienvertreter für die Pressemeldung bedankt, sich gar gefreut?** Und wie oft hat die eigene Belegschaft schon eine dürre ‚Mail an alle‘ bekommen, mit wenig konkreten Infos über das Unternehmen, wofür man erst gar keinen Dank erwarten würde?

So selten das eine, so häufig das andere. Zumindest bei Großunternehmen ist oft ein besserer Standard verbreitet, doch auch für den Mittelstand bieten sich verschiedene Kanäle der internen Kommunikation. Zumal das Fachwissen bereits an Bord ist: Gute Pressesprecher haben ein solides journalistisches Verständnis, wenn nicht gar eine entsprechende Ausbildung.



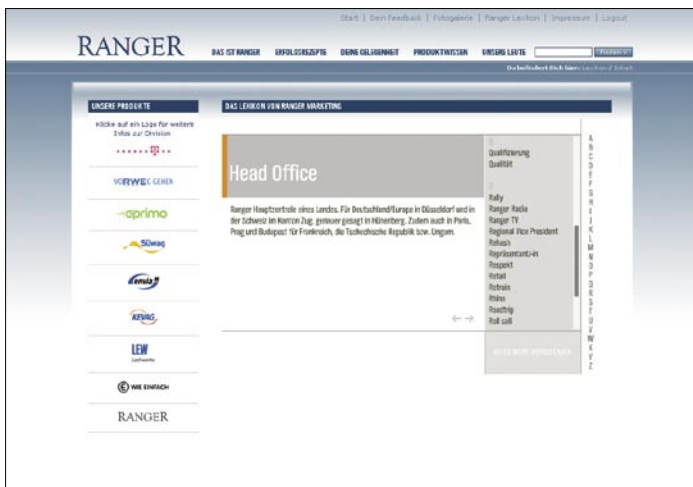
ge-Mikrofon und mp3-Player mit Aufnahmefunktion. Wenn dessen Batterie leer ist, liefert selbst das Smartphone noch brauchbare Ergebnisse. Für das Feedback der Hörer leistet ein Internet-Telefonanschluss gute Dienste, der Nachrichten auf der individuell besprechbaren Mailbox in Wave-Dateien umwandelt.

Interviews, Botschaften aus dem Management, Musikwünsche, interne Auszeichnungen –

Unternehmensfernsehen

Was zunächst aufwendig klingt, ist in einfacher Ausführung wesentlich leichter zu produzieren als ein Radioprogramm – freilich mit nach oben offener Professionalität. Ranger richtet ein eigenes TV-Studio ein, für manche Drehs steht nach wie vor ein externes Kamerteam bereit. Doch für den Grundbedarf hat auch der Elektronikhändler des Vertrauens alles Wichtige im Programm: Kamera, gutes Stativ, zwei Mikrofone. Software zum Videoschnitt gibt es bereits für unter 100 Euro.

Der wichtigste Faktor bleibt jedoch Engagement. Einarbeiten, ausprobieren, genügend Generalproben anstatt eines allzu holprigen Starts. Übung macht auch hier den Meister, und auch den Interviewpartnern will vermittelt sein, dass die Kamera nicht beißt. Als solche eignet sich teils auch eine digitale Spiegelreflexkamera mit Mikrofoneingang. Je nach Budget bietet es sich an, die technischen Leistungen von einem lokalen Anbieter zu beziehen. Beim Inhalt regiert die Kreativität. Den Hauptmoderator rekrutierte Ranger aus dem eigenen Qualitätsmanagement, die Geschäftsleitung hat via Intranet-Stream einen direkten Draht zum Team, Produktmanager schulen zu spezifischen Themen. Die Vorstellung einzelner Abteilungen fördert das Verständnis untereinander, die Nachberichterstattung von Veranstaltungen verlängert deren Wirkung. Beliebtestes Format ist übrigens die Serie ‚30 Sekunden‘ mit der kompakten Wissensvermittlung für den seriösen Vertrieb – kleine Filme mit großer Wirkung. ■



Ranger kommuniziert auf allen Kanälen: TV-Aufnahmen entstehen auch im eigenen Studio und sind über das Intranet abrufbar (oberes Bild). Dieses beinhaltet zudem ein verpflichtendes E-Learning-Programm für die Kundenberater (Mitte) und umfassende Informationen rund um das Unternehmen, inklusive Lexikon (unten).

mit etwas Erfahrung lässt sich fast alles interessant verpacken. Was allerdings gebraucht wird, ist ein handwerklich begabter Produzent. Zu einer Luxuslösung findet man immer über die Suchmaschine des Vertrauens, eine günstigere und vielleicht sogar engagierte Variante verspricht der Kontakt zu einem der Sender auf campus-radios.de.

Übung macht auch hier den Meister. Im Nachhinein hören sich die ersten Sendungen von Ranger Radio etwas verspielt an. Goutiert wurde das Medium jedoch zu jeder Zeit. Dies zeigt sich auch daran, dass einige Mitarbeiter kürzlich einen Song für dieses Medium aufnahmen. Nicht perfekt, aber aus den eigenen Reihen. Das ist es, was zählt.



Patrick Neumann

Vorwürfe, Gerüchte und Halbwahrheiten – wer Direktvertrieb kommuniziert, muss auf allen Kanälen mit Gegenwind rechnen. Patrick

Neumann (34) leitet seit 2004 die Kommunikation von Ranger Marketing und koppelte die Bereiche Intern, Extern und Online erfolgreich unter einem Leitmotiv: ‚Fakten und Transparenz‘. Als Diplomkaufmann mit journalistischer Erfahrung achtet er vor allem darauf, welche Aktivitäten Sinn machen – und wo man sich besser in Zurückhaltung übt. Der Social-Media-Profi gibt seine Erfahrung auch als Coach an Führungskräfte weiter.



MBA Master

COMMUNICATION & LEADERSHIP

AB FRÜHJAHR 2012: KOMMUNIKATION ALS FÜHRUNGSAUFGABE

In achtzehn Monaten berufsbegleitend zum modernen Kommunikationsmanager: Qualifizieren Sie sich mit den Studienprogrammen MBA oder Master Communication & Leadership für Führungsfunktionen an der Schnittstelle von Wirtschaft, Medien und Gesellschaft. Profitieren Sie von Stipendien-, Mentoren- und Coachingprogrammen, einer engen Anbindung an die Praxis und exzellenten Netzwerken. Machen Sie den entscheidenden Schritt zu Ihrer persönlichen Professionalisierung.

**Jetzt
informieren:**

**Bewerbungsschluss
am 16. Januar 2012**

Jetzt Informationsmaterial anfordern!

Weitere Informationen unter: www.quadriga.eu

+++ Testen Sie Ihre Chancen: Mit dem Stipendien-Check unter www.quadriga.eu +++