

# Klick! Und weg!

## Ungelesene Mitarbeiterinformationen füllen die E-Mail-Papierkörbe. Zu Recht?!

Von Sabine Loh

**B**lickt man in verschiedene Kliniken, erkennt man immer wieder die gleiche Problematik: Ursprünglich eröffnete die Möglichkeit, direkt mit den Mitarbeitenden zu kommunizieren, neue Wege. Wichtiges und Dringliches konnte schnell und jedem einzelnen mitgeteilt werden. Man konnte sogar zu Feedback und Antworten einladen – die Interaktion war erwünscht. Mittlerweile scheint sich diese wertvolle interne Kommunikationsart aber in vielen Häusern zu einer blassen Routinetätigkeit zurückentwickelt zu haben, bei der man unterschiedslos Inhalte, vom vermissten Rollstuhl der Notfallambulanz, über die neuen Kurse des betrieblichen Gesundheitswesens bis hin zum nächsten Mitarbeiterfest nebeneinander versendet (► Abb. 1). Interaktion zu den Themen ist eher unerwünscht. „Wer hat dazu denn noch die Zeit?“, so die Gegenfrage auf meine bereits oben erwähnte Einlassung zum Umgang mit E-Mail-Informationen.

### Die Mitarbeiterinformation wiederbeleben?

Meiner Ansicht nach sollte man sich intern kritisch die Frage stellen, welche Informationen überhaupt über dieses Medium verteilt werden sollen? Sind es etwa immer alle E-Mails, die an alle versandt werden müssen? Man sollte

Mitarbeiterinformationen bündeln und beispielsweise immer donnerstags eine kompakte Nachricht versenden. Diese sollte einem Redaktionsplan folgen, sorgfältig formuliert und gestaltet sein. Außerdem sollte man ausdrücklich entscheiden, ob man eine Rückmeldung wünscht. Und wenn man sich dafür entscheidet, in den Austausch zu treten, dann muss das auch organisiert werden. Die Rückfragen und Kommentare der Mitarbeitenden müssen zeitnah bearbeitet werden. Das oberste Gebot sollte jedoch immer lauten: Wenn Mitarbeitende Informationen erhalten, sollten diese für sie relevant, das heißt nützlich und wirklich von Interesse sein. Angemerkt sei: Ein Highlight, das ausschließlich dazu dient, den Mitarbeitenden eine Freude zu bereiten, könnte dem unterschätzen Informationskanal zu neuem Leben verhelfen. Das kann ein Gewinnspiel, ein Rätsel oder eine saisonale Grußbotschaft sein.

### Nicht für den Papierkorb schreiben: Der Jahresbericht

Und wenn wir schon dabei sind, aktuell ist wieder die Zeit der Jahresberichte angebrochen. Zahlen, Daten, Fakten und viele Tabellen zieren die bunt bedruckten Broschüren der Kliniken, die gerne flächendeckend an alle möglichen Stakeholder verschickt werden. Aber werden sie auch wirklich ange-

schaут und gelesen? Auch hier gilt es nicht nur über neue Darstellungsmöglichkeiten, sondern auch über eine digitale Verbreitung nachzudenken. Genau wie bei der Information für Mitarbeitende wäre es am Ende wirklich schade, wenn auch der Geschäftsbericht einfach nur weggeklickt, entsorgt und kur-

*Kürzlich hatte ich am Telefon die Frage gestellt, weshalb man eine gewisse Nachricht nicht als Mitarbeiterinformation mit der Einladung zum Thema in Kontakt zu treten, versenden wolle. Die Antwort hat mich in ihrer Deutlichkeit dann doch überrascht: „Die werden doch gar nicht gelesen, sondern einfach nur weggeklickt.“ Das wollte ich mir gerne genauer ansehen und fand zu viele, zu unspezifische, unübersichtliche und einfallslos gestaltete Rundmails, keineswegs für alle Mitarbeitenden von Interesse, an die sie versandt worden waren. Zudem fiel mir auf, dass viele E-Mails von der Betreffzeile, über die Gestaltung bis hin zum Inhalt einander sehr ähnlich waren. Es war gar nicht auf einen Blick erkennbar, dass es sich um unterschiedliche und sogar neue Informationen handelte.*

**Keywords:** Unternehmenskommunikation, Unternehmenskultur, Prozessmanagement

zerhand in den Papierkorb geschoben werden würde. ■



Abb.: Eigentlich ganz einfach: Ist die Information für Mitarbeitende relevant, wird sie gelesen; Foto: Universitätsklinikum Mannheim; Quelle: Dennis Mätzig & Sabine Loh



**Sabine Loh**

Gesamtleitung der Stabsstelle Unternehmenskommunikation, ÖA und Marketing,  
Brand & Media Management  
Universitätsmedizin Mannheim & Akademie  
Gründerin von create for care  
Agentur für Gesundheitsmanagement  
Werderstraße 74  
69120 Heidelberg