

## **Motivationssteigerung dank Mitarbeiterzeitung**

Sehr geehrte Damen und Herren,

Marketing ist wichtig – das wird wohl jedes Unternehmen unterschreiben.

Kunden und Partner sollen über neue Angebote und Aktionen informiert und das Image der Firma durch



fokussierte Maßnahmen bekannt und unterstützt werden. Ebenso wichtig, jedoch häufig verkannt, ist internes Marketing – also die Motivation der Belegschaft. Schließlich sind die Mitarbeiter das wichtigste Kapital eines Unternehmens. Sie sind es, die Maschinen bedienen, Kunden von Produkten und Dienstleistungen überzeugen und mit ihrer täglichen Arbeit den Erfolg der Firma erst möglich machen. Laut einer Umfrage von Statista ist für rund 52 Prozent der Arbeitnehmer ein gutes Verhältnis zu Kollegen der wichtigste Motivationsgrund. Weitere Möglichkeit, die Motivation zu steigern, ist die Herausgabe einer Mitarbeiterzeitung, die über aktuelle Themen des Unternehmens und der Mitarbeiter informiert. Welche 3 Dinge Sie hierbei beachten müssen, zeigt das Marketing-Team von Cewe-Print.

### **1. Themen – Auf die Inhalte kommt es an**

Das wichtigste Kriterium für eine gelungene Mitarbeiterzeitung ist natürlich ihr Inhalt. Schließlich sollen die Angestellten die Zeitung gerne lesen und einen Mehrwert daraus ziehen. Worauf kommt es hier also an? Zunächst sollten relevante Neuigkeiten in der Zeitung stehen, die so im Unternehmen kommuniziert werden. Und zwar auf informative aber auch unterhaltende Art. Das heißt, relevante Zahlen sollten z.B. nicht als langweilige Tabelle, sondern als anschauliche Grafik abgebildet werden. Neben Unternehmens-News können Sie Ihre Mitarbeiterzeitung auch zur Vorstellung neuer Kollegen nutzen, idealerweise in einem Kurz-Interview oder Steckbrief mit ein paar persönlichen Informationen. Auch ein Blick hinter die Kulissen bzw. auf die Schreibtische der Kollegen ist eine beliebte Rubrik. So lernen Leser die Arbeit der Kollegen kennen, mit denen sie sonst eventuell nicht viel zu tun haben und es können ganz neue Synergieeffekte entstehen. Auch saisonale Themen und regelmäßige Rubriken sind sehr beliebt: „Tipps für Weihnachtsdeko am Arbeitsplatz“ etwa oder „Motivationstipps an grauen Herbsttagen“. Ebenfalls wichtig: Die Unterhaltung, denn auch sie sollte nicht zu kurz kommen. Kleine Gewinnspiele oder Rätsel peppen die Mitarbeiterzeitung auf und sorgen dafür, dass sie gerne gelesen wird.

### **2. Gestaltung – kreative und ansprechende Optik motiviert zum Lesen**

Die Gestaltung einer Mitarbeiterzeitung ist wichtiger als gedacht. Sieht die Zeitung nämlich langweilig und wenig ansprechend aus, wird sie auch nicht gelesen und alle Mühe ist umsonst. Deshalb spielt die Gestaltung hier eine entscheidende Rolle: Inhalte sollten grafisch aufgearbeitet sein und mit Infografiken und passenden Bildern unterlegt werden. Wenn das Ganze im Corporate Design der Firma erfolgt, verstärkt sich zudem auch das Zugehörigkeitsgefühl. Auch saisonale Specials sollten grafisch aufgearbeitet werden indem z.B. passende Farben verwendet werden oder Symbole zur jeweiligen Jahreszeit in der die Ausgabe erscheinen.

### **3. Verarbeitung – hochwertige Optik und Haptik drückt Wertschätzung aus**

Haptik und Verarbeitung einer Mitarbeiterzeitung spielen eine wichtige Rolle. Das heißt, dass Firmen die Zeitung nicht ausdrucken und zusammentackern, sondern sie professionell drucken lassen sollten. Wertiges Papier und eine schöne Bindung sorgen zudem dafür, dass die Haptik der Zeitung angenehm ist und die Mitarbeiter sie gerne in die Hand nehmen. Aber auch ganz praktische Dinge müssen Unternehmen überlegen, bevor die Zeitung fertig ist: Wie oft soll die Mitarbeiterzeitung erscheinen? Monatlich? Quartalsweise? Einmal im Halbjahr? Welches Format soll sie haben und wie hoch soll die Auflage sein? Wichtig ist, dass alle Mitarbeiter ein Exemplar der Zeitung bekommen.

**Zusatz Tipp: Offen für Kritik bleiben und Erfolg messen**

Natürlich kann keine Mitarbeiterzeitung von Anfang an perfekt sein. Deswegen ist es sehr wichtig, auf Anregungen und Wünsche der Belegschaft zu reagieren. Eine regelmäßige Erfolgskontrolle – zum Beispiel durch Fragebögen – hilft die Zeitung zu verbessern, die Mitarbeiter zu involvieren und ihnen zugleich zu zeigen, dass ihre Meinung wichtig ist und gehört wird.

Mit freundlichen Grüßen

**Nina Möller**

PR-Beraterin

**SZ Scala GmbH**

Ein Unternehmen des Süddeutschen Verlages, München,  
einem Tochterunternehmen der Südwestdeutschen Medienholding, Stuttgart  
Hultschiner Straße 8, 81677 München  
Telefon: +49 (0) 89 21 83 – 7234  
Telefax: +49 (0) 89 21 83 – 7212  
E-Mail: [nina.moeller@sz-scala.de](mailto:nina.moeller@sz-scala.de)

Sitz der Gesellschaft: München  
Eingetragen beim Amtsgericht München unter: HRB 168626  
Geschäftsführer: Stefan Hilscher, Dr. Karl Ulrich  
USt-IdNr.: DE 216788809