



Zweimal Mainz

Fast wie ferngesteuert folgt die junge Frau ihrem Handy und schiebt sich zwischen den Ständen des Mainzer Wochenmarktes hindurch. Sie redet in das Handy, dreht es um die eigene Achse, um dann wieder lachend in den Bildschirm zu sprechen. Fast hätte sie die beiden Touristen übersehen, die am Eingang zum Dom stehen und in einen Reiseführer vertieft sind. Alle erleben das gleiche Mainz, nehmen es aber unterschiedlich wahr: Selbst lesen und entdecken oder gleich mitgenommen werden auf einen kleinen persönlichen Rundgang. r

Influencer entdecken und fördern

Die junge Frau ist Influencerin. Influencer sind offene, stark vernetzte Persönlichkeit mit großem Interesse an aktuellen Geschehnissen. In Unternehmen sind sie bekannt als Multiplikatoren oder Meinungsführer. Bei Influencern reden wir also nicht von einem neuen Phänomen. Wir hatten bereits in einem [unserer Newsletter](#) über die Relevanz von Multiplikatoren gesprochen. Sie sind ein entscheidender Treiber in der internen Kommunikation. Unsere Erfahrungen bestätigen: Wer Multiplikatoren frühzeitig in seine Kommunikationsstrategie einbindet, fördert die Bereitschaft zur Veränderung. Warum? Sie sind Vertrauenspersonen, stehen im Kontakt mit den Mitarbeitern und verzeichnen eine hohe Glaubwürdigkeit - alles zielführende Attribute für eine erfolgreiche interne Kommunikation, beispielsweise Best Practice-Berichte zur neuen Strategie, Interviews oder persönliche Arbeitsplatzberichte in Zusammenhang mit Recruiting.

Interne Kommunikation goes SELFIE

Um wieder auf unsere Influencerin in Mainz zurück zu kommen. Nicht jeder Multiplikator ist zwingend Influencer und ein Handy allein ist keine Garantie für ein wirkungsvolles Video. Ersteres ist Typsache. Das Thema Handyeinsatz hat viel mit Know-how zu tun im Sinne von, wie erstelle ich so ein Selfie-Video. Das fängt an mit Themen wie das geeignete Equipment, vor allem eine stabile Halterung für das Handy, einen Aufstecker für das Mikro, ein Windfell, aber auch die Lichtsituation, die Umgebungsgeräusche, die Linse oder wie hoch die Kamera gehalten wird. Doch ebenso entscheidend ist der Umgang mit dem Handy als virtuelles Gegenüber. Umherlaufen, dabei reden, die Kamera zum Motiv drehen und zurück, Licht beachten, Ausschnitt treffen und so weiter. In [unserer Akademie bieten wir dazu Workshops](#) an bei denen genau diese Aspekte beleuchtet und geübt werden.

Selfie Video versus professioneller Film

Es wäre jedoch ein Trugschluss, Selfie-Videos für alle Themen der internen Kommunikation einsetzen zu wollen. Denn Selfie-Videos haben technisch und inhaltlich betrachtet ihre Grenzen. Übergreifende Themen und Inhalte sollten nach wie vor professionellen Filmproduktionen vorbehalten bleiben. Neue Strategien, Konzernbotschaften, interne Veränderungsprozesse, Neuausrichtungen in Projekten oder Produkten sind maßgebliche zentrale Themen, die im Verantwortungs- und Gestaltungsbereich der internen Kommunikation bleiben und professionell umgesetzt werden sollten. Eine erfahrene Filmproduktion setzt die Videobotschaft des CEO in Szene und versteht es abstrakte oder sensible Themen zu visualisieren.

Know-how gibt's hier

Gehen Sie in Ihrem Unternehmen auf die Suche und wir sind sicher, Sie finden – wenn nicht ohnehin bekannt - Influencer, die Ihre interne Kommunikation befruchten und bereichern. Machen sie sich Gedanken über einen Themenplan und das passende Format, ist es ein Interview, ist es eine Beschreibung, ist es ein Erlebnis. Und wie baue ich das Video auf. Wie gehe ich vor. Und wie bei allen Kommunikationskanälen, denken Sie auch beim Thema „Selfie-Video“ an eine gewisse Grundlage an Know-how, einschließlich Rechtklärung und Veröffentlichung. Wer ganz spontan ist, den laden wir herzlich zu unserem Roundtable „Selfie Videos in der internen Kommunikation - vom Mitarbeiter zum internen Influencer.“ ein, den wir im Rahmen der SCM Tagung Interne Kommunikation am 28. November in Köln veranstalten. Melden Sie sich gleich an. Mehr Informationen zu unserem Workshopangebot bekommen Sie jederzeit auch telefonisch von uns, unter 06131 - 27 77 38-0. Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

Lassen Sie sich von uns inspirieren und bereichern mit Gedanken und Ideen abseits des Mainstreams. Unser Flussgeflüster erscheint drei bis viermal jährlich und begleitet Sie mit Praxisbeispielen, fundierten Studien, Hintergrundinformationen und Neuigkeiten zum Thema Veränderung und interne Kommunikation.

panta rhein
abonnieren