

Interne Kommunikation

Info-Kanäle 4.0

Arbeitsauftrag

Der Austausch oder Transport von Informationen braucht Transportwege. Wir wollen in diesem Workshop erarbeiten, welche Informationskanäle – insbesondere für die interne Kommunikation – in der DLRG zukunftsfähig sind.

Die Ergebnisse fließen ein ins Forum Verbandskommunikation im Januar 2018.

Kommunikation – eine Definition

Damit ist die Kommunikation (der formelle und informelle Austausch) zwischen den Mitgliedern innerhalb der DLRG gemeint z.B. zwischen den Vorstandsmitgliedern, Mitgliedern und Ressorts, aber auch zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen Mitarbeitern.

Die Interne Kommunikation dient primär zur Information, Motivation und Identifikation.

Kommunikation gelingt, wenn ... (1)

- ... ausreichend kommuniziert wird
- ... offen und ehrlich kommuniziert wird
- ... es keine widersprüchlichen Mitteilungen gibt
- ... weder zu spät noch zu früh informiert wird
- ... nicht „von oben herab“ kommuniziert wird
- ... ein Dialog gepflegt wird

Kommunikation gelingt, wenn ... (2)

- ... die Kommunikation zielgerichtet ist
- ... Informationen zielgruppengerecht aufbereitet werden
- ... effektive Informationskanäle genutzt werden
- ... jemand Verantwortung für die Kommunikation übernimmt
- ... wertschätzende Kommunikation stattfindet

Trends 2017

1. Schneller und Kürzer
2. Vereinskultur
3. Arbeitsplatz verlagert sich
4. Video
5. Inhalte von und für Mitglieder
6. Horizontale Kommunikation

Trends 2017 (2)

7. Reichweite
8. Gamification
9. Analyse und Messungen
10. interne und externe Kommunikation laufen zusammen
11. Emojis / Emoticons

Kommunikationskanäle - Nutzerzahlen

www.dlrg.de

3.700 (14.500 Klicks), die meisten bleiben bis zu 10 Sek., die zweitmeisten zwischen 2 und 4 Minuten

1. Schwimmbabzeichen (1.260)
2. Startseite (850)
3. Seite für Mitglieder (361)

Nutzerzahlen (2)

Facebook

47.815 Abonnenten

Meldung mit dem meisten Response

1. Baderegeln (400.000)
2. Ertrinkungspot (350.000)

Nutzerzahlen (3)

Instagram: 5.224 Abonnenten

Newsletter: 19.600 Empfänger

Lebensretter: 42.000 Auflage

120.000 Nutzer

Wer soll erreicht werden?

(Definition der Zielgruppen)

**Welche Informationskanäle
stehen zur Verfügung?**
(bzw. wären wünschenswert)

Wen kann ich wie erreichen?
(Zielgruppe --- Infokanal)

Forum Verbandskommunikation



26. bis 28. Januar 2018 in Bad Nenndorf