

# **Kommunikationshinweise, um Väterangebote bekannter zu machen**

1. Weitere allgemeine Hinweise für eine vätergerechte Kommunikation
2. Dos and Don'ts authentischer interner Kommunikation
3. In zehn Schritten zur internen Kommunikationsstrategie

## **1. Weitere allgemeine Hinweise für eine vätergerechte Kommunikation:**

- Veröffentlichung von Best-Practise-Beispielen von Vätern, insbesondere aus höheren Hierarchien(Führungskräfte)und erfolgreichen Vater-Kind-Projekten in- und außerhalb von Betrieben
  - Impulstage zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf, an denen besonders Führungskräfte über positive Maßnahmen berichten
  - Infobroschüren für junge Väter, in denen sie durch positive Beispiele aus dem Betrieb motiviert werden, Elternzeit zu nehmen
  - Vater-Kind-Fotowettbewerb/Malwettbewerb der Kinder – Motto: Was mache ich mit meinem Vater am liebsten?
  - Unterstützung von Vätern durch Vorgesetzte, wenn sie bei Krankheit des Kindes Gleitzeit und flexible Arbeitszeit nutzen(Informationsschreiben der Personalabteilung)
  - Kinder essen im Betrieb mit dem Vater
  - Väterbrief/Das Väter-Buch(Datev) zur Begrüßung von neuen Vätern (<http://www.datev.de/portal>ShowPage.do?pid=dpi&nid=62892>)
  - Einen Baum auf dem Firmengelände oder in einem Wald für jedes Kind pflanzen mit Urkunde für die Eltern
  - Teilzeitwünsche der Arbeitnehmer werden regelmäßig erhoben • Umfrage zu den Bedürfnissen von Vätern und Führungskräften
  - Nutzung der Jahrespressekonferenz für dieses Thema, ggf. aber auch separates externes Kommunikationskonzept ergänzend dazu Work-Life-Balance als Bestandteil des Lageberichts
  - Initiierung von regelmäßigen „Kamingesprächen“ und Events für das Topmanagement mit spannenden Gästen aus Wirtschaft und Politik
  - Eine Väter BOX im Intranet, beim Betriebsrat, der Sozialberatung der Gleichstellungsbeauftragten oder am besten beim Vorgesetzten aufstellen, damit sich Väter informieren können.

## **2. Dos and Don'ts authentischer interner Kommunikation von Andrea Montua, Montua & Partner – ergänzte Hinweise „Väter“ durch Väter gGmbH**

Intern geht immer vor extern. Keine Befragung macht Sinn ohne nachfolgende Veränderung. Und Berichterstattung zu Familienthemen startet am besten immer mit Beispielen aus dem direkten Arbeitsumfeld der Kollegen. Was nach einfachsten Kommunikationsregeln klingt, ist im Alltag für Kommunikatoren oft nur schwer umsetzbar. Wie interne Kommunikation dennoch authentisch und damit langfristig glaubwürdig gelingen kann, dazu hier einige Tipps und Tricks:

### **Dos**

#### 1. Reale Kolleginnen und Kollegen

Als interne Kommunikatoren braucht ihr ein breites Netzwerk. Nutzt es und zeigt, wie Beschäftigte mit den Herausforderungen rund um den Familien- und Arbeitsalltag umgehen. Zeigt Menschen und erzählt Geschichten.

Väter: Legt euch eine interne Liste an, wenn euch ein moderner Vater in eurem Unternehmen auffällt, ihr einem begegnen oder ihr einen Tipp bekommen. Sprecht offensiv eure Kollegen an, ob sie jemanden kennen, der ein neues Modell als Vater lebt oder der eine große Offenheit oder Interesse für das Thema hegt. Interviewt diese Mitarbeiter und veröffentlicht die Zitate oder Interviews in eurem Intranet oder der Mitarbeiterzeitung.

#### 2. Wahrhaftige Bilder

Bilder der Porträtierten, durchaus auch private Aufnahmen, unterstreichen die Authentizität der Geschichte. Bilder transportieren Emotionen und helfen dabei, zentrale Aussagen zu illustrieren. Stockmaterial wirkt oft unglaublich und mitarbeiterfern.

Väter: Bei Fotolia bekommt man schon für ein kleines Abo (25 Euro) 10 schöne Fotos – link: <https://de.fotolia.com/Info/Subscription>

#### 3. Mehrwert bieten

Stellt zusätzliche Information bereit. Ein Infokasten mit weitergehenden Informationen bietet den Leserinnen und Lesern echten Mehrwert. Hier könnt ihr über Angebote und Ansprechpartner im eigenen Unternehmen, Links zu themengerechten Internetangeboten oder auch über externe Organisationen und Hilfsangebote informieren.

Väter: Sprecht Väter vor der Geburt mit einem Brief an, wo nicht nur gratuliert wird, sondern auch darauf hingewiesen wird, welche Broschüren (siehe Anlage), links und Bücher es zu diesem Thema gibt. Auch der Hinweis auf den

Elternzeitanspruch der Partnermonate kann in diesem Brief sehr gut eingegangen werden. Wenn dann der direkte Vorgesetzte diesen Brief noch unterschreibt, wirkt es doppelt so gut. Ihr könnt auch eine „Väter-BOX“ zentral aufstellen, in der die Broschüren, Bücher, Vereinbarkeitsangebote etc. gelagert sind – ein guter Standort für so eine Box ist nahe der Kantine, des der Sozialberatung, des Betriebsrates oder sogar beim Vorgesetzten (natürlich nur mit der Zustimmung des Vorgesetzten).

#### 4. Hürden gehören dazu

Erzählt die ganze Geschichte. Wie aus Fehlern gelernt wird, welche Lösungen warum gewählt und welche verworfen wurden, das macht eure Story authentisch und nachvollziehbar.

Väter: Besonders wenn Väter in Elternzeit gehen möchten, ist es wichtig über die Don'ts zu berichten, also den Fehlern der Vorreiter bzw. der „Erfahrenden“. Nur ein Beispiel: Der Kollege, der werdender Vater ist und in Elternzeit gehen möchte, berichtet als erstes „nebenbei“ seinem Vorgesetzten, dass er Vater wird und dass er natürlich in Elternzeit wird. Der Vorgesetzte reagiert zurückhaltend bis verschnupft.

#### 5. Interessenlage der Beschäftigten

Nutzt euer Netzwerk und ermittelt, was die Beschäftigten zum Thema Familie gerade besonders bewegt, und erstellt Themenpläne. Haltet regelmäßig Kontakt zu Betriebsrat und Personalabteilung. Dort laufen viele Informationen zur Interessenlage der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammen.

Väter: Es lohnt sich Mitarbeiterbefragungen nach Geschlecht auszuwerten, da Väter oft andere Schwerpunkte beim Thema Vereinbarkeit haben. Wenn ihr interessierte männliche Mitarbeiter am Thema habt, gründet ein internes Väternetzwerk (wie z.B. die Commerzbank, Dräger oder SAP). Damit habt ihr die Möglichkeit eure Maßnahmen oder Angebote mit der Unterstützung des Netzwerkes auch zu überprüfen bzw. anzupassen.

### **Don'ts**

#### 1. Schönfärberei

Vermeidet Schönfärberei genauso wie Schwarzmalerei. Fehler gehören zum Leben, daraus zu lernen auch. Eure Berichte gewinnen an Authentizität, wenn sie realitätsnah sind.

#### 2. Gestelzte Sprache

Nutzt eine klare, verständliche Sprache. Phrasen, Hohlformeln und substantivierte Sätze, die weder zu den agierenden Personen noch zum Thema passen, rauben Glaubwürdigkeit und Authentizität.

#### 3. Leere Versprechen

Achtet darauf, keine Versprechungen zu transportieren, deren Erfüllung nicht schon absehbar ist. Ein Betriebskindergarten, der auch zwei Jahre nach Ankündigung noch nicht einmal projektiert ist, beschädigt die Glaubwürdigkeit.

#### **4. 360-Grad-Perspektive**

Bei der Suche nach Protagonisten für eure Storys solltet ihr die gesamte Belegschaft im Blick haben. Immer wieder Führungskräfte und die Geschäftsführung zu zeigen ist kontraproduktiv. Stellt auch die „Hidden Champions“ in der Belegschaft vor, jene, die sich nicht in den Vordergrund schieben. Auch beim Thema Familienfreundlichkeit gilt: Die Mischung macht's.

#### 5. Überfrachten

Wie sich Familie und Beruf miteinander vereinbaren lassen, ist ein zentrales Thema. Wird es aber zu häufig behandelt, verlieren die Leserinnen und Leser das Interesse. Nutzt verschiedene Darstellungsformen von der Reportage bis zum Interview. Sucht euch unterschiedliche Einzelthemen und Blickwinkel, um „Abnutzungserscheinungen“ zu vermeiden.

#### **Buchtipps**

- Konzepte entwickeln, Handfeste Anleitungen für bessere Kommunikation (Autor: Jürg W. Leipziger; Verlag: FAZ-Buch)
- Interne Unternehmenskommunikation: Strategien entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern (Autor: Siegfried Schick; Verlag: Schäffer-Poeschel)
- Wie kommt System in die interne Kommunikation? (Autoren: Ulrike Führmann, Klaus Schmidbauer; Verlag: Talpa-Verlag)
- In zehn Schritten zur internen Kommunikationsstrategie Von Andrea Montua, Montua & Partner

Ihr wollt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf langfristig fest im Bewusstsein von Führungskräften und Mitarbeitern verankern? Dann braucht ihr eine Strategie. Tipps für die Erstellung gibt es in unserem Zehn-Punkte-Plan:

##### 1. Das Kommunikationsziel beschreiben

Formuliert knapp und klar, was ihr bis wann erreichen wollen. Und macht euer Ziel messbar. Zum Beispiel so: „Bis zum Dezember 2022 haben 40 Prozent der Mitarbeiter Informationen zur Familienfreundlichkeit abgerufen.“

##### 2. Zielgruppen festlegen

Legt konkret fest, wer warum im Unternehmen erreicht werden soll. Dies hat direkte Auswirkungen auf eure spätere Auswahl der Kommunikationsinstrumente.

### 3. Ist-Situation analysieren

Wie ist der Informationsstand zum Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie? Eine kurze (mündliche oder schriftliche) Umfrage kann euch dazu den groben Überblick liefern und hilft, nach Zielgruppen zu differenzieren. Außerdem: Welche Medien und Kommunikationsmittel gibt es bei euch bereits und welche davon werden für das Thema bisher auf welche Art genutzt (was ist also das gelernte Kommunikationsverhalten)?

### 4. Soll-Zustand und Etappenziele definieren

Beschreibt konkret und nachvollziehbar, welcher Informationsstand bis wann bei wem erreicht werden soll. Definiert zudem konkrete Etappenziele auf dem Weg zum Gesamtziel und holt das Feedback beteiligter Gesprächspartner wie Geschäftsführung, Betriebsrat und Personal- bzw. Kommunikationsabteilung ein.

### 5. Kommunikative Fähigkeiten der Führungskräfte ermitteln

Als erste Ansprechpartner der Mitarbeiter spielen die Führungskräfte (FK) für interne Kommunikation eine zentrale Rolle. Ermittelt zum Beispiel über eine Kurz-Umfrage, wie die FK bislang zum Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie kommunizieren und was sie benötigen würden, um besser zu werden.

### 6. Falls notwendig: Kommunikationscoaching für die Führungskräfte

Zeigt die Analyse der kommunikativen Kompetenzen der FK eine sehr breite Spreizung, ist das Angebot von Kommunikationscoachings sinnvoll. Einzelcoachings sind ebenso möglich wie gemeinsame Kommunikationsworkshops.

### 7. Maßnahmen und Kommunikationsinstrumente auswählen

Differenziert nach den Zielgruppen und basierend auf eurer Ist- und Soll-Analyse wählt passende Instrumente und Maßnahmen für die Kommunikation familienbewusster Maßnahmen aus. Behaltet dabei das Gesamtziel ebenso wie eure Etappenziele im Auge. Das erleichtert die Auswahl.

### 8. Zeit- und Maßnahmenplan aufstellen

Nun stellt einen Zeitplan auf, fügen eure Etappenziele und das Gesamtziel sowie die von euch ausgewählten Maßnahmen und Instrumente ein.

### 9. Teilpläne für ausgewählte Maßnahmen und Kommunikationsinstrumente machen

Für die Realisierung der familienbewussten Maßnahmen und Instrumente erstellt euch Teilpläne, in denen Zeitschienen, Aufgaben und Zuständigkeiten klar zugeordnet sind.

### 10. Instrumente zur Erfolgsmessung definieren

Legt fest, mit welchen Mitteln ihr die Erreichung eurer Kommunikationsziels messen wollen. Dies kann eine Mitarbeiterumfrage sein, aber auch die Zahl von Seitenbesuchen im Intranet oder abgerufenen Informationsbroschüren zum Thema Beruf und Familie etc.