



Michael Niehues, Geschäftsführer Th. Niehues Automation und Hydraulik, hat seine Mitarbeiter per Video auf dem Laufenden gehalten.

lungsraum hat Weicon die Online-Präsenz für eine weitere Möglichkeit, mit den Kunden in der Corona-Zeit in Kontakt zu bleiben, genutzt: Produktschulungen via Livestream. „Dazu haben wir unser Schulungslabor mit Kameras ausgestattet, sodass unser Team dann verschiedene neue Produkte vorstellen konnte. Zuvor haben wir Schulungs-Kits verschickt, in denen zum Beispiel Schrauben, Muttern und Schraubensicherung enthalten waren, sodass sich die Teilnehmer Zuhause oder im Büro eine bessere Vorstellung von unseren Produkten und deren Wirkung machen konnten“, erklärt Weidling. Die erste virtuelle Schulung im September sei so gut angekommen, dass noch weitere Termine folgen sollen.

NIEHUES, SENDEN

Michael Niehues, Geschäftsführer von Th. Niehues Automation und Hydraulik aus Senden, pflegt eigentlich gerne den persönlichen Kontakt zu seinen Mitarbeitern. Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Kontaktbeschränkungen und Abstandsregeln haben das allerdings erheblich erschwert. Um in seinem Team trotzdem präsent zu sein und sich in der Krise möglichst persönlich an seine Mitarbeiter wenden zu können, hat er kurzerhand auf ein neues Format gesetzt: Mit Unterstützung von Pauline Grell,

verantwortlich für die Unternehmenskommunikation und das Marketing bei Niehues, hat der Geschäftsführer Kurzvideos mit Informationen und Botschaften für die rund 120 Mitarbeiter des Unternehmens aufgenommen. In den Videos hat er zum Beispiel über die aktuelle Lage im Betrieb berichtet. „In erster Linie ging es darum, das Team zu informieren und Ängste zu nehmen. Schließlich ist die Situation auch von Unsicherheit geprägt“, erklärt Grell. Außerdem rief der Geschäftsführer dazu auf, die Corona-Regeln zu beachten. Auch persönliche Botschaften hatte er im Gepäck: „Zu Ostern haben wir zum Beispiel Grüße an alle Mitarbeiter per Video verschickt“, blickt die Marketing-Verantwortliche zurück. „Insgesamt war es uns wichtig zu zeigen, dass Michael Niehues trotz der Corona-Situation im Betrieb erreichbar ist. Außerdem war es uns ein Anliegen, dass alle im Team sehen: Auch der Chef muss sich an die Abstandsregeln halten.“

Damit wirklich alle Mitarbeiter auf die Videos zugreifen konnten, wurden sie über eine Cloud zur Verfügung gestellt. „Nicht jeder Mitarbeiter hat ein Diensthandy oder einen PC-Arbeitsplatz. Über die Cloud hatten alle die Möglichkeit, die Videos zum Beispiel über ein privates Gerät anzusehen“, erklärt Grell. Bei den Kollegen ist das neue Format gut angekommen, wie sie berichtet: „Wir haben

INDUSTRIEBAU



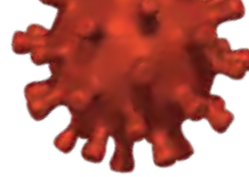
**KREATIVITÄT
BEDEUTET,
UNGEWÖHNLICHE
LÖSUNGEN ZU
FORDERN.**

www.buehrer-wehling.de



BÜHRER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung





viel positives Feedback erhalten. Zwar gab es zum Teil kleine Problemchen beim Zugriff, aber auch die konnten gelöst werden, indem sich die Kollegen gegenseitig geholfen haben.“ Wichtig war Niehues und Grell, dass die Videos nicht zu lang sind. Maximal zwei Minuten dauern die Botschaften. „Schließlich wollten wir, dass man das Video auch komplett anschaut und nicht von vornherein durch die Länge abgeschreckt wird“, erläutert Grell. Aktuell ist ein weiteres Video geplant, in dem Geschäftsführer Niehues noch einmal an seine Mitarbeiter appellieren möchte, sich auch im Herbst und in den kommenden Wintermonaten an die Corona-Regeln zu halten und das Durchhaltevermögen zu bewahren. Motivation und Information sind die Stichworte.

Um den Austausch der Mitarbeiter untereinander zu fördern und um ausführlicher über aktuelle Ereignisse im Betrieb zu informieren, wird einmal im Monat ein interner Newsletter verschickt. „Flurfunk“ heißen die Nachrichten, die in ausgedruckter Version in allen Aufenthalts- und Pausenräumen ausliegen und außerdem per Mail zugestellt werden. Inhalte sind zum Beispiel Geburtstage oder Jubiläen von Mitarbeitern, Informationen aus dem

Marketingbereich und ein Azubi-Bericht mit einem aktuellen Projekt. Auch Service-Informationen zur Gesundheit am Arbeitsplatz gehören dazu. Eine neue Corona-Rubrik informiert außerdem über die Situation im Betrieb, geänderte Hygienevorschriften oder erläutert, welche Corona-Regeln aktuell im Unternehmen gelten. „Der Newsletter kommt bei uns im Unternehmen wirklich gut an“, betont Grell. „Da fragen Kollegen auch schonmal nach, wenn am

dem Flur oder der spontane Austausch mit dem Kollegen aus dem Nachbäuro fallen weg.“ Um das auszugleichen, käme für die Marketing-Verantwortliche zum Beispiel eine digitalen Kaffeepause in Frage. „Optimal ist diese Lösung allerdings auch nicht, weil nicht alle Mitarbeiter in der Werkstatt oder im Lager an so einer Pause teilnehmen können. Denn nicht alle Kollegen haben immer einen Zugang zum Rechner“, räumt sie ein.

halb digitale Flyer, Schulungen und Präsentationen entwickelt. So konnten die Mitarbeiter im Außendienst Videokonferenzen mit Kunden abhalten und sie auf diesem Weg über Produkte informieren. „Das hat sehr gut funktioniert, viel besser, als wir anfangs vermutet hätten“, freut sich die Marketing-Beauftragte und ergänzt: „Innerhalb der Corona-Zeit wurden ebenfalls diverse Schulungen für den Innendienst angeboten, um alle interessierten Kollegen weiterzubilden.“

Zusätzlich hat das Unternehmen an seinem Online-Auftritt gearbeitet: Vor kurzem hat der Sendener Betrieb die eigene Homepage aktualisiert und einen Online-Shop eröffnet. „In den vergangenen Monaten haben wir die Gelegenheit genutzt und uns auch um solche Dinge gekümmert“, erklärt Grell. „Schließlich sind durch die Corona-Situation auch Themen wie der Internetauftritt noch stärker in den Vordergrund gerückt. Fällt der persönliche Kontakt weg, muss die Plattform im Netz umso aktueller und ansprechender sein“, ist sich die Expertin für Unternehmenskommunikation sicher.

» *Die Kommunikation untereinander, abseits von Arbeitsgesprächen, fehlt.* «

30. des Monats noch kein neuer ‚Flurfunk‘ erschienen ist.“ Grundsätzlich setzt das Unternehmen in Corona-Zeiten auf die Kommunikation via Telefon und E-Mail. „Gleichzeitig haben wir verstärkt Online-Meetings eingeführt. So konnten wir auch mit Mitarbeitern, die im Homeoffice sind, Termine abhalten“, erklärt Grell. „Insgesamt funktioniert dieser Weg sehr gut. Was allerdings schade ist: Die Kommunikation untereinander, abseits von Arbeitsgesprächen, fehlt. Die kurzen Gespräche auf

Nicht nur in der internen Kommunikation ist Th. Niehues während der Corona-Zeit neue Wege gegangen. Auch in der Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern hat sich das Unternehmen Alternativen einfallen lassen. „Unsere Kollegen im Außendienst hatten es insbesondere während des Lockdowns wirklich nicht leicht“, schildert Grell in der Rückschau. „Kundenbesuche waren so gut wie unmöglich.“ Um den Außendienst zu unterstützen und den Mitarbeitern Material an die Hand zu geben, wurden des-

*Julia Schwietering
Anja Wittenberg*

Gemeinsam unterwegs – für die Landwirtschaft und den ländlichen Raum.

Höchstmögliche Versorgungssicherheit auch in schwierigen Zeiten – das ist unsere Stärke. Die Landwirtschaft hat in den vergangenen Monaten erneut deutlich gemacht, warum die heimische Produktion von Lebensmitteln unerlässlich ist.

Der genossenschaftliche Verbund und die AGRAVIS sind dabei verlässliche Partner.



www.agravis.de