

## **Abstract: Offene Unternehmenskultur als Voraussetzung für Social Media in der Unternehmenskommunikation**

Heute erleben wir, was bereits vor 12 Jahren im „Cluetrain Manifesto“ angekündigt wurde: Das Ende der einseitigen Kommunikation. Durch das Internet, insbesondere durch Social Media, entdecken und gestalten wir neue Wege, um Wissen und Information mit rasender Geschwindigkeit auszutauschen. Kein Unternehmen kann sich dieser Entwicklung entziehen. Im Web 2.0 wird über kurz oder lang über jedes Unternehmen gesprochen – egal, ob es sich am Gespräch beteiligt oder nicht. Unternehmen sind gut beraten, sich aktiv in das Gespräch einzubringen. Davor muss sich jedes Unternehmen überlegen: Ist unsere Unternehmenskultur überhaupt „social media-tauglich“?

### **Mit einer offenen und kritikfähigen Unternehmenskultur bestens für Social Media gewappnet**

Unternehmen sind nicht mehr nur Sender von Informationen. Im Social Web sind sie Gesprächsthema, Dialogpartner auf Augenhöhe und Experten ihrer Branche. Das funktioniert aber nur, wenn die Unternehmenskultur zu Social Media passt. Denn Social Media bringt einen gewaltigen kulturellen Umbruch mit sich: alte Strukturen brechen auf, Einfluss und Macht werden neu verteilt und eine gute Zusammenarbeit klappt nur, wenn jeder offen ist und bereit, sein Wissen zu teilen. Deshalb sind Unternehmen gut beraten, wenn sie ganz grundlegend ihre Unternehmenskultur hinterfragen und neu ausrichten.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Unternehmen haben durch Social Media erstmalig die Gelegenheit, aktiv ihre digitale Reputation zu managen und direkt mit ihren Zielgruppen Meinungen auszutauschen und sich gegenseitig zu beraten. Eine Unternehmenskultur, die von Offenheit, flachen Hierarchien und der Einbindung der Mitarbeiter geprägt ist, ist die Voraussetzung für Social Media in der Unternehmenskommunikation.

Zeichen: 1.847