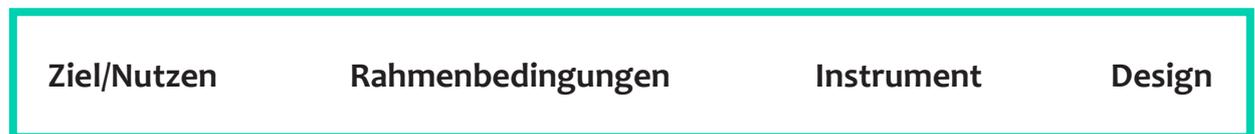


Es sei deutlich gesagt, dass zunächst nicht die Auswahl des Instruments von Bedeutung ist, sondern das Ziel - der gewünschte Nutzen - der mit der Implementierung verbunden ist.

Danach wird der Rahmen abgesteckt. Dabei sind Indikatoren wie Themenauswahl, Zeit, Budget und Personalverantwortlichkeit, aber vor allem die Definition von Bezugsgruppen von Bedeutung. Wenn nun der Zweck und die Rahmenbedingungen geklärt sind, kommt es zu einer passenden Auswahl des Instrumentariums. Am Ende wird entschieden, wie es genau auf die Bedürfnisse der Bezugsgruppen ausgerichtet werden kann, indem über das Design entschieden wird:



### Beschreibung

Kommen wir zu möglichen Instrumenten. Auf Grund seiner Aktualität und Flexibilität ist das Intranet in vielen Organisationen ein Leitmedium. Es kann auch Plattform für Fortbildungsangebote oder andere Kommunikationsformen sein, wie beispielsweise für Corporate Blogs, Wikis, Corporate TV oder Sozial-Media Angebote sein. Ziele von Mitarbeiterkommunikation können die Information, Motivation, Entwicklung oder Partizipation der Mitarbeiter sein.

