

Presstext

8 Trends für die Interne Kommunikation 2017

(M&P, 28.12.2016). Eine professionelle und wertschätzende Kommunikation mit Führungskräften und Mitarbeitern wird immer wichtiger, um Komplexität in Unternehmen reduzieren und Projekte adäquat begleiten zu können. Interne Kommunikation situationsbezogen im Alltag einzusetzen und sinnvolle Strategien für ihre Optimierung zu konzipieren, ist für Unternehmensführung, Kommunikations- und HR-Abteilungen deshalb eine der großen Herausforderungen der Zukunft. Mit Blick auf die kommenden Monate werden acht Trends zum Thema Interne Kommunikation wichtig:

Interne Kommunikation als Schlüsselfaktor für Unternehmenserfolg

Die vielschichtige Rolle der Kommunikation in Unternehmen wird zunehmend gestärkt, das Bewusstsein um ihre Bedeutung als DNA aller unternehmensinternen Prozesse wächst. Unterschiede zwischen Alltags- und Veränderungssituationen können kaum noch gemacht werden, Digitalisierung und Globalisierung lassen aus nahezu jedem Projekt einen Veränderungsprozess mit erhöhtem Kommunikationsbedarf werden.

Integrierte Kommunikation

Intern kommunizierte Meldungen verbreiten sich mit Hilfe interner und externer Social Media-Tools innerhalb kurzer Zeit in nahezu alle Kommunikationskanäle. Die Frage, welche Themen extern kommuniziert und welche intern behandelt werden sollten, ist damit für Unternehmen nahezu passé. Themen müssen integriert und um Geschichten herum geplant werden – nach innen wie nach außen, und auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt.

Agilität – eine Frage der Einstellung, nicht der Tools

Unsere komplexen, immer schneller werdenden Arbeitswelten erfordern nicht nur Flexibilität und Agilität, sondern zunehmend auch klare Rollen- und Schnittstellen-Definitionen samt Zuständigkeiten innerhalb der Kommunikations- und Personalabteilungen. Nur wenn Kollegen wissen, wer für welche Arbeiten zuständig ist, können Mehrarbeit und Versäumnisse minimiert sowie Prozesse erfolgreich umgesetzt werden. Agilität ist dabei keine Frage der Tools, sondern der Einstellung in den Köpfen von Mitarbeitern und Führungskräften.

Befähigen statt anordnen

Damit Veränderungs- und Kommunikationsprozesse gelingen, bedarf es zunehmend der gezielten Befähigung Aller:

Mitarbeiter sollen verstehen, warum Digitalisierung und Unternehmensentwicklung wichtig sind und wie sie digitale Prozesse und Strukturen konkret bei ihrer täglichen Arbeit ein- und umsetzen können. Aufgabe der Führungskräfte ist es, ihre Rolle als Schnittstelle von Mitarbeiter zu Unternehmensleitung wahrzunehmen, entsprechend aktiv und motivierend zu kommunizieren und zu interagieren. Unternehmensleitungen müssen proaktive und transparente Kommunikation vorleben und sollten verstehen, warum und wie Veränderungskommunikation in die Regelkommunikation integriert werden kann. Nur so können Mitarbeiter in „guten wie in stürmischen Zeiten“ mitgenommen, kann Vertrauen aufgebaut werden.

Digitalisierung erfordert disruptive Veränderungskultur

Nahezu alle Unternehmen fußen auf Prozessen, Strukturen und Abläufen aus einer Zeit vor der Digitalisierung. Diese müssen künftig überdacht und zum Großteil grundlegend verändert

werden. Mitarbeiter und Führungskräfte aber wünschen sich Konstanz und Bewahrung, haben natürliche Hemmnisse Veränderungen gegenüber in sich. In diesem Spannungsfeld müssen Führungskräfte durch auf sie abgestimmte Kommunikationsmaßnahmen befähigt werden, ihre Bewahrerrolle gerne aufzugeben und dennoch intelligent zu bremsen oder zu entschleunigen, wenn es notwendig werden sollte. Sensible Fühler werden gefragt sein, denn eine große Gruppe Mitarbeiter wird den Weg versuchen zu verweigern, die Digitalisierung als zu abstrakt empfinden und nicht sehen können, dass die Unternehmen, in denen sie sich damals beworben haben, heute nicht mehr existieren.

Vision und Leitbild bekommen neues Leben eingehaucht

Je stärker die Umwälzungen in Branche, Unternehmen und am eigenen Arbeitsplatz, umso höher der Bedarf an Orientierung und Sicherheit. Damit die Unternehmens-Leitlinien nicht zur Hülle hohler Phrasen verkommen, sondern identifikationsstärkend und motivierend eingesetzt werden können, bedarf es einer überzeugenden Vermittlung von Vision, Mission und Werten. Der Blick auf Herz, Kopf und Bauch ist bei der Auswahl der Instrumente ebenso gefragt wie auf Nachhaltigkeit angelegte Kampagnen, die Mitarbeitern sinnhaft die gemeinsame Richtung, das gemeinsame Ziel vermitteln.

Tool-Baukasten wird entschlackt

Nicht auf die Menge eingesetzter IK-Medien kommt es künftig an – im Fokus stehen Stories und Zielgruppen-Bedürfnisse, und das geht auch mit wenigen Medien und kleinerem Budget. Gerade im Zuge modulartig zusammenstellbarer Apps und Multimedia-Funktionen können Mitarbeiter noch besser erreicht und als Multiplikator von Unternehmensbotschaften eingesetzt werden – vorausgesetzt, sie können sich mit den Inhalten identifizieren, erleben Nahbarkeit, Authentizität und Transparenz. Jubelbotschaften und chemisch gereinigte interne Kommunikation ohne Reibung werden durch neue Tools künftig noch schneller enthüllt und verlieren ihre Wirkung.

Mut & Pragmatismus – wichtige Eigenschaften auf dem Weg ins neue Kommunikationszeitalter

Intern gleich extern, Agilität und Kontinuität als sich ergänzende Erfolgsfaktoren, Überblick behalten über eine ständig wachsende Anzahl an neuen Tools und dazu der Wunsch aller Stakeholder, Komplexität durch Kommunikation zu reduzieren: Von Kollegen im Change- und Kommunikationsbereich wird einiges erwartet. Was es in den kommenden Wochen brauchen wird, um den Herausforderungen gerecht zu werden, sind Mut und Pragmatismus. Mut, neue Wege zu gehen und flexibel auf Entwicklungen zu reagieren. Und Pragmatismus bei der Entscheidungsfindung und Umsetzung frischer Ideen, Strukturen und Prozesse.

MontuaPartner Communications GmbH ist ein Spezialanbieter für Interne Kommunikation in Alltags- und Veränderungssituationen. Zum Unternehmen gehört unter anderem die Agentur **Montua & Partner, Interne Kommunikation**, die seit 2004 mit einem Team aus Beratern, Redakteuren, Change Managern und Trainern Unternehmen und Organisationen beim Aufbau und der Optimierung interner Kommunikationsstrukturen und -instrumente berät und begleitet. Seit Juni 2016 bietet zudem die dazugehörige **Akademie für Interne Kommunikation** weiterbildende Seminare, Workshops und Trainings zum Thema Interne Kommunikation & Change an.

Ihre Ansprechpartnerin für mehr Informationen:

Andrea Montua, Geschäftsführung

Tel.: 040-3868709-00 oder a.montua@montua-partner.de

www.montua-partner.de