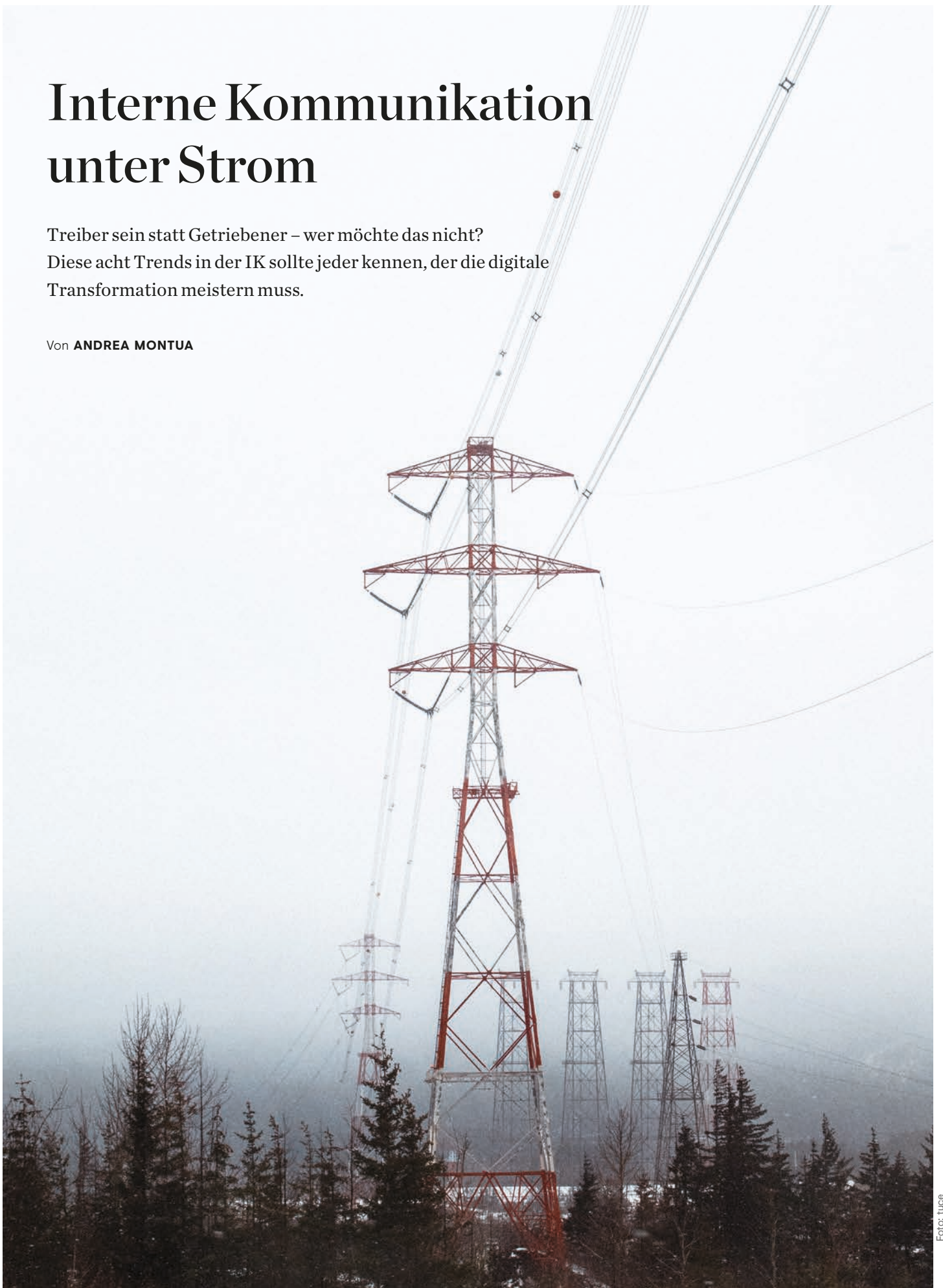


# Interne Kommunikation unter Strom

Treiber sein statt Getriebener – wer möchte das nicht?  
Diese acht Trends in der IK sollte jeder kennen, der die digitale  
Transformation meistern muss.

Von **ANDREA MONTUA**



Arbeiten Sie in einer strategischen Einheit mit Veränderungskompetenz, die exzellent vernetzt ist und ein breites Set an Fähigkeiten und Talenten vereint? Wunderbar! Dann haben Sie mit Ihrem Team die Transformation in der Internen Kommunikation bereits gemeistert.

Doch die wenigsten Mitarbeiter in internen Kommunikationsabteilungen werden das von sich behaupten können, auch wenn sie ihr Handwerkszeug noch so gut beherrschen. Für viele von ihnen birgt der Rollenwandel große Herausforderungen. Wer noch schneller sein will als die Veränderungen, die die Kommunikation begleiten, sollte diese acht Trends kennen:

## 1. Digital first

Apps, Blogs, Vlogs, interaktives Gaming, E-Magazine – viele Mitarbeiter wollen spielerisch kommunizieren, die Bandbreite ist groß. Leichtigkeit und Humor werden zukünftig genauso wichtig sein wie Professionalität und Content.

Längst ist die Mitarbeiter-App kein Trend mehr, sondern fester Bestandteil des Kommunikationsmix in vielen Unternehmen. Es geht darum, sie noch vielseitiger und trotzdem passgenau zu machen. Als internes Medium wird sie ihre Position also weiter ausbauen.

Ohne diverse digitale Kanäle ist man 2019 abgehängt? Keineswegs. Die Strategen unter den internen Kommunikatoren schauen genau hin und fragen: Was muss? Was passt? Nicht das Tool macht die gute Kommunikation, sondern die Köpfe dahinter machen es.

## 2. Face to Face

Als deutlich spürbarer Gegentrend zu digitalen Formaten wird der persönliche Austausch besonders wichtig: Fishbowl, Ted-Talks, Working-Out-Loud werden präserter.

Das direkte Gespräch und die persönliche Begegnung sind die erdende

Gegenbewegung zu allem Digitalen. Hier holen wir uns das Gefühl, verbunden zu sein. Das Gemeinsame finden wir nicht im Tun, sondern im Sein. Große Chance für alle obersten Ebenen: Der „Auftritt“ des Chefs wird wertvoller denn je.

## 3. Inhouse-Beratung

Content-Maschine war gestern. Die Interne Kommunikation umfasst längst mehr. Sie lenkt und moderiert, schult mit Fachwissen Kollegen und berät Führungskräfte.

Die Rolle der Internen Kommunikation ist wichtiger und umfangreicher denn je. Zählten früher eher Inhalte für die Mitarbeiterzeitschrift oder Verlautbarungen der Chefetage zu ihren Aufgaben, ist sie heute strategischer Berater der Führungskräfte und Unterstützer der ganzen Kommunikation im Unternehmen. Wer diesen Wandel erkennt und nutzt, braucht erfahrene Mitarbeiter, die diese Rolle auch ausfüllen.

## 4. New Work

Wird nicht länger nur „It“-Konzept sein, sondern substanzieller Bestandteil des Arbeitsalltags werden.

Für die Interne Kommunikation ist das Herausforderung und Chance zugleich. Sie muss sich mit den Besonderheiten des Konzepts vertraut machen und Antworten finden – auf die Fragen nämlich, warum es Sinn ergibt, tradierte Arbeitswelten auf den Kopf zu stellen, Chefs demokratisch zu wählen und sich jeden Tag neu zu erfinden. Die richtige und rechtzeitige Kommunikation kann ganz viel bewirken. Sie muss es auch, denn andernfalls sind Chaos und unzufriedene Mitarbeiter die Folge.

## 5. Tempo

Die Interne Kommunikation wird noch relevanter, schneller und intensiver werden – analog zu den Themenfeldern

**Das direkte Gespräch und die persönliche Begegnung sind die erdende Gegenbewegung zu allem Digitalen. Hier holen wir uns das Gefühl, verbunden zu sein.**

Change und Transformation, deren Bedeutung und Geschwindigkeit ebenfalls noch zunehmen werden.

Viermal im Jahr eine Mitarbeiterzeitschrift mit den Geschichten von gestern veröffentlichen – das war einmal. Unsere Arbeitswelt dreht sich verblüffend schnell, und auch im Privaten sind Veränderungen normaler und häufiger geworden. Eine Entschleunigung ist nicht in Sicht. Deshalb brauchen wir eine Kommunikation, die einordnet, begleitet und Schritt hält. Dabei soll sie uns natürlich nicht überfrachten. Wir haben schließlich genug um die Ohren.

## 6. Gemeinsam umdenken

Vernetzte Mitarbeiter werden zu Vorbildern. Immer mehr Unternehmen handeln im Change zukünftig in drei Kategorien:

### Toolset

(Anwendungen, Plattformen, Apps)

### Skillset

(Trainings, E-Learning, agile Methoden)

### Mindset

(Kultur, Lernfähigkeit, Kreativität)

Vor allem was das Mindset betrifft, kann die Interne Kommunikation wichtige Impulse setzen. Dieser Bereich ist allerdings gleichzeitig der mit den größten Beharrungskraften. Das macht es schwierig. In den meisten Unternehmen treffen außerdem Generationen aufeinander, die im Arbeitsleben komplett unterschiedlich sozialisiert wurden. Hier muss das Verbindende gefunden und erzählt werden. Eine Aufgabe, die nachhaltige Veränderung erst möglich macht.

## 7. Weniger ist mehr

Wer Mitarbeiter wirklich erreichen will, braucht keine Masse an Kommunikationskanälen und -inhalten. Viel wichtiger

ist es, zu erkennen, wie und womit die einzelnen Zielgruppen wirklich in ihren Bedürfnissen erreicht werden.

Die IK definiert sich immer noch zu sehr über die Vielfalt ihrer Kanäle und Instrumente statt über die Wirkung ihres Tuns. Das ist falsch, denn die Qualität und das Erreichte werden zukünftig den Unterschied machen. Es ist sinnvoll, hier einmal aufzuräumen und damit auch vorhandene Ressourcen für die Dinge einzusetzen, die bei den Kollegen ankommen.

## 8. Feedback

Und zwar mehr davon. In einer motivierenden Unternehmenskultur ist Dialog das A und O.

Führungskräfte sollten sich permanent Feedback holen. Die Interne Kommunikation ist mit Feedback überhaupt erst handlungsfähig. Sie funktioniert nicht nach dem Prinzip „Auf gut Glück“. Meinungen, Stimmungen, Verunsicherungen – zuallererst muss bekannt sein, wie die Strömungen im eigenen Haus zurzeit sind. Digitale Tools helfen dabei, mit Kollegen in den Austausch zu gehen. Diese verlangen dann aber auch adäquate Antworten, die nicht zu lange auf sich warten lassen sollten.

Und noch ein gestriger Trend, den wir gerne ins Hier und Jetzt verstetigen würden: Sorgen Sie sich um sich selbst! Es wird niemand anderes tun. Und: Planen Sie ausreichend Zeit und Budget für Ihr ganz persönliches Skillset. Denn – siehe oben – Ihre Rolle ist enorm wichtig. Umso wichtiger ist es, dass Sie die nötigen Fähigkeiten haben. ✘

**Die IK definiert sich immer noch zu sehr über die Vielfalt ihrer Kanäle und Instrumente statt über die Wirkung ihres Tuns.**



**Andrea Montua** ist Inhaberin von MontuaPartner Communications, einer Hamburger Beratungsagentur für interne Kommunikation und Change. Seit 2004 begleitet die studierte Diplom-Kauffrau mit ihrem Team mittelständische Unternehmen und Konzerne beim Aufbau, der Optimierung und der Professionalisierung ihrer internen Kommunikation.