



EMPLOYEE EXPERIENCE – DIE ZUKUNFT DER INTERNEN KOMMUNIKATION

Haiilo Breakfast Club

27. September 2022

THOMAS MICKELEIT



Volljurist

Start der Karriere 1987 als Persönlicher Referent und Pressesprecher des damaligen Senators für Wirtschaft und Arbeit in Berlin

Seit 35 Jahren in Leitungsfunktionen in der Kommunikation, u.a. bei Grundig, IBM und Volkswagen.

15 Jahre lang Kommunikations-Chef und Mitglied der Geschäftsleitung bei Microsoft Deutschland

Etablierung einer Kommunikationsabteilung mit einem Newsroom im Zentrum

Seit Juni 2021 Berater für digitale Transformation
KommunikationNeuDenken!

AGENDA

1

TREIBER VON CHANGE

2

DER NUTZEN VON DATEN

3

ENDE DER ONE-SIZE-FITS-ALL KOMMUNIKATION

4

A GLIMPSE AHEAD

TREIBER FÜR VERÄNDERUNGEN

Extern

Digitalisierung

Globalisierung

Purpose

Gen Z

Von
Shareholder
zu Stakeholder
Value

CHANGE

Intern

New Work
Hybrid Work

Newsroom

Agile Organisation

Employee
Advocacy

Medien-Nutzung

CHANGE

TRANSFORMATION IST ALLGEGENWÄRTIG

„Es ist eine große Chance für Kommunikation, Change-Prozesse nicht nur kommunikativ zu begleiten, sondern Treiber und Gestalter der Veränderung selbst zu sein.“



[This Photo](#) by Unknown Author is licensed under [CC BY-ND](#)



2

DER NUTZEN VON DATEN

COMMUNICATIONS IS BEING RESHAPED



Communications is being reshaped by new technologies; by new business models; by falling barriers to entry; by geographic, demographic, socioeconomic and political shifts; and by rising stakeholder expectations.

Above (and underlying) all, **our world is being reinvented by the phenomenon of data**, both its application for greater knowing and its weaponization for mischief and profit.

Jon Iwata Chair, Thought Leadership, Page Society



MITARBEITENDE INS ZENTRUM RÜCKEN

Zuhören

Information Overload stoppen |
Kanäle und Formate prüfen |
Weniger ist mehr

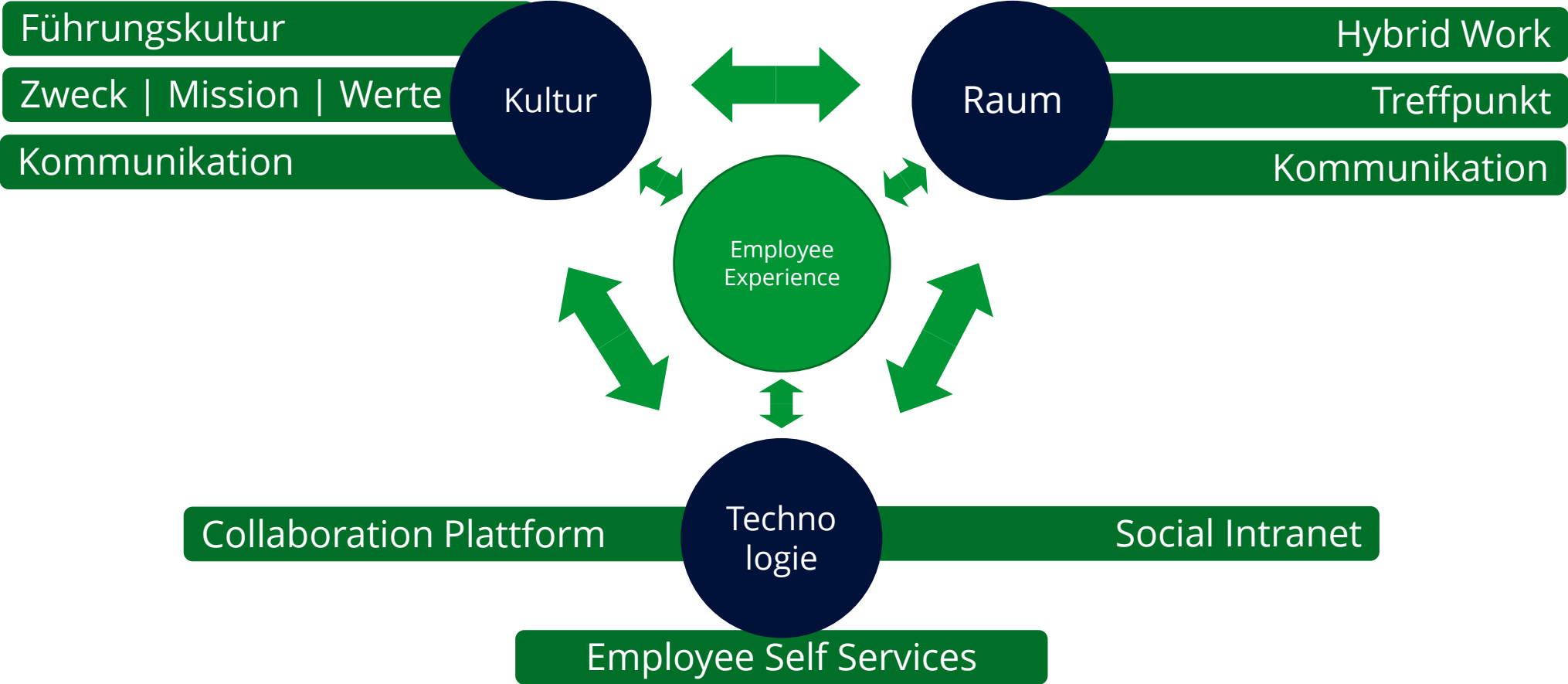
Employee Experience schaffen

Touchpoints checken | Partnern mit
Marketing, HR und anderen
Funktionen | Führung übernehmen

Messen Daten nutzen

Sensorik schaffen | Ziele setzen

DREI WIRKUNGSKREISE FÜR EMPLOYEE EXPERIENCE

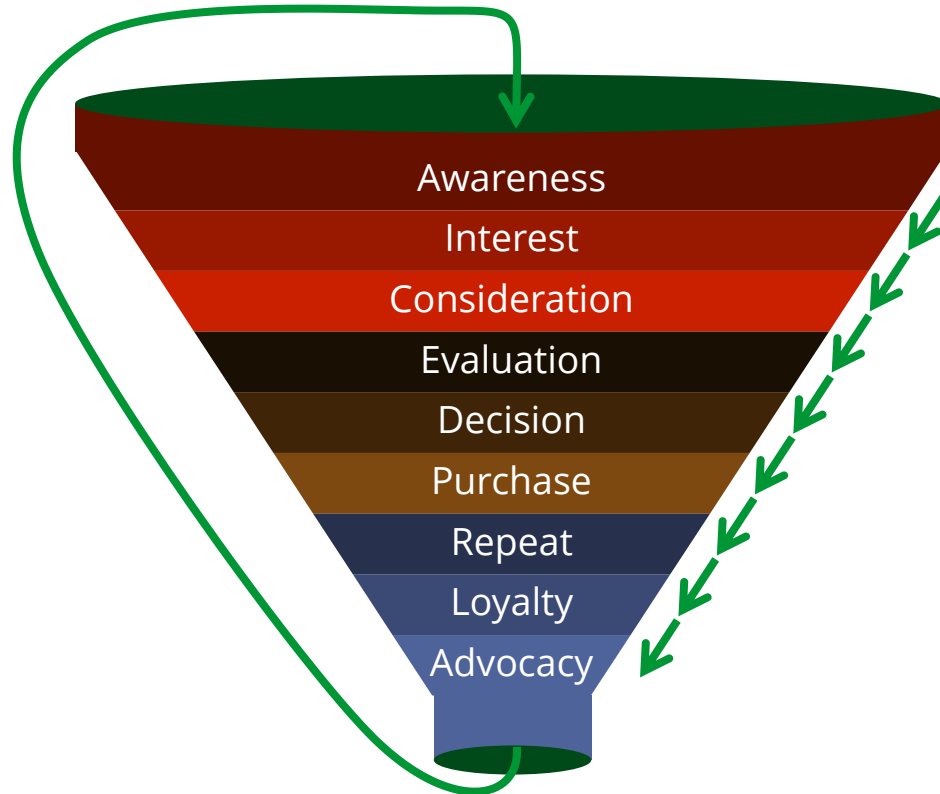




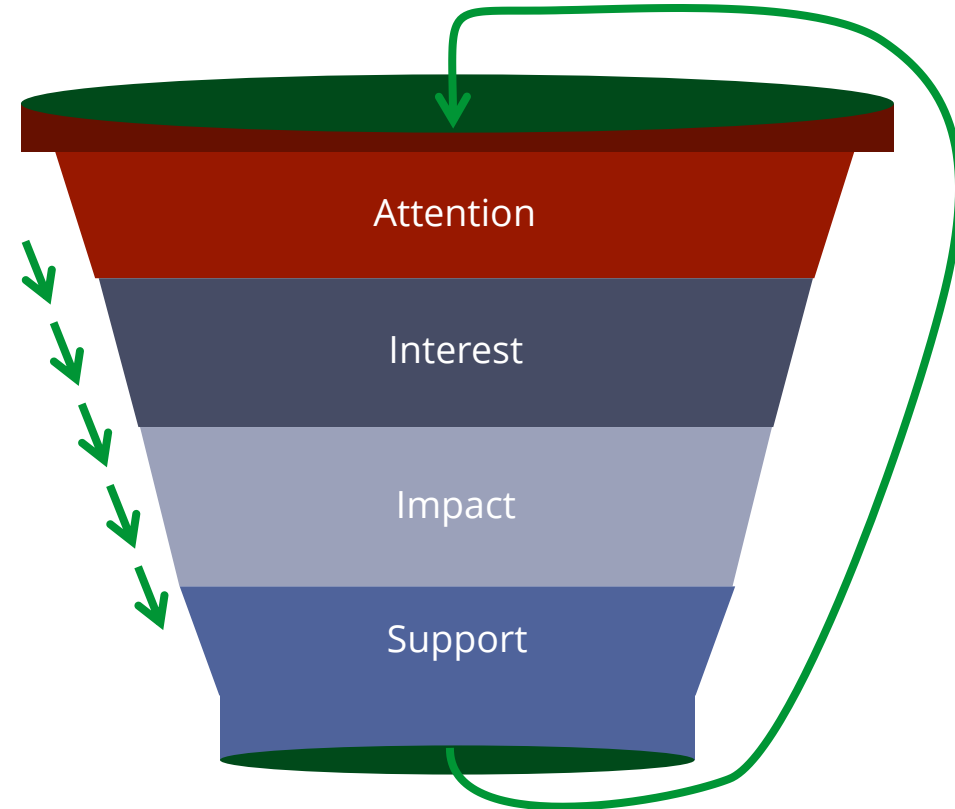
3

COMMTECH – DAS ENDE DER „ONE- SIZE-FITS-ALL“ KOMMUNIKATION

CUSTOMER JOURNEY - STAKEHOLDER JOURNEY

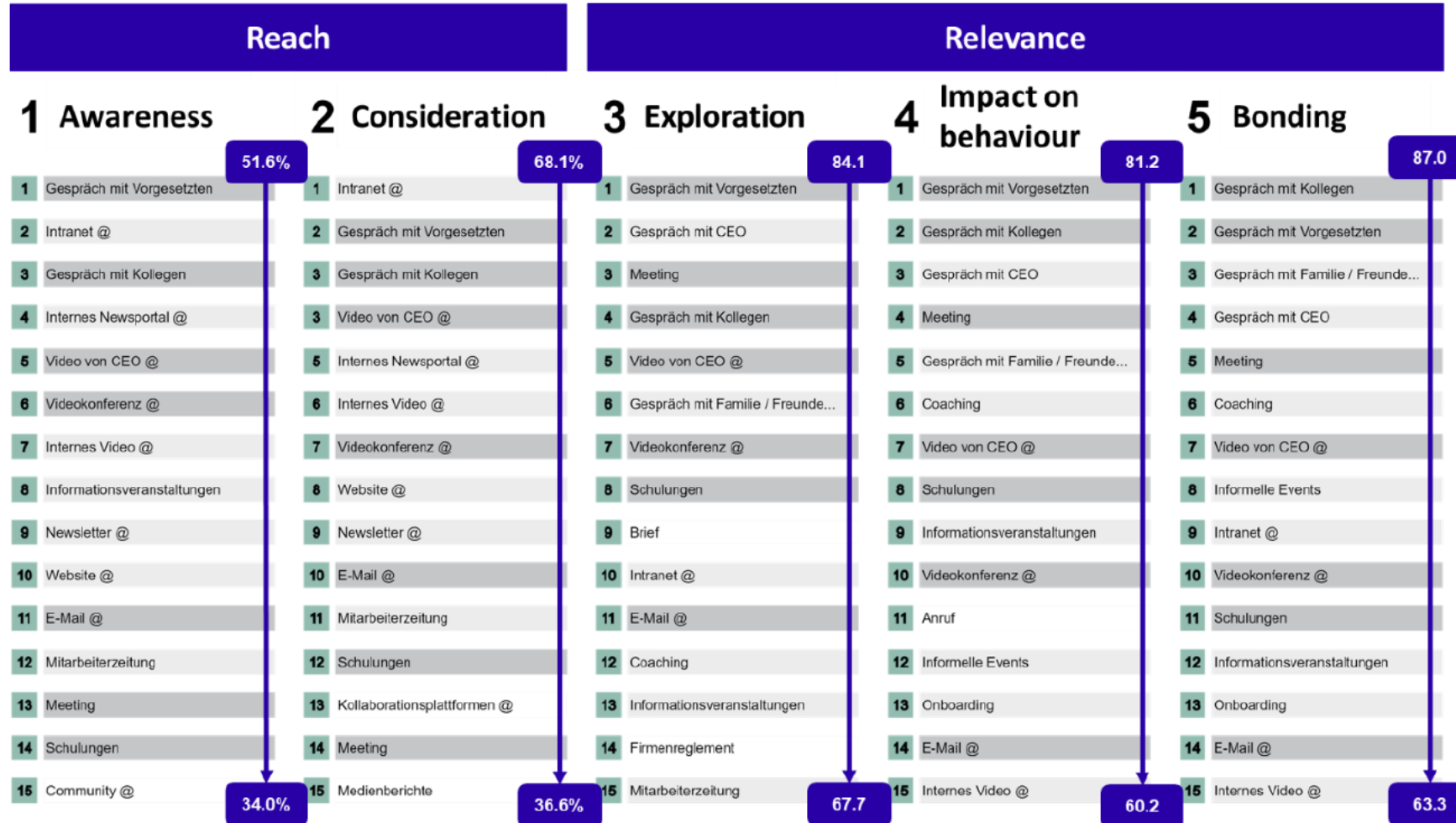


Customer Journey



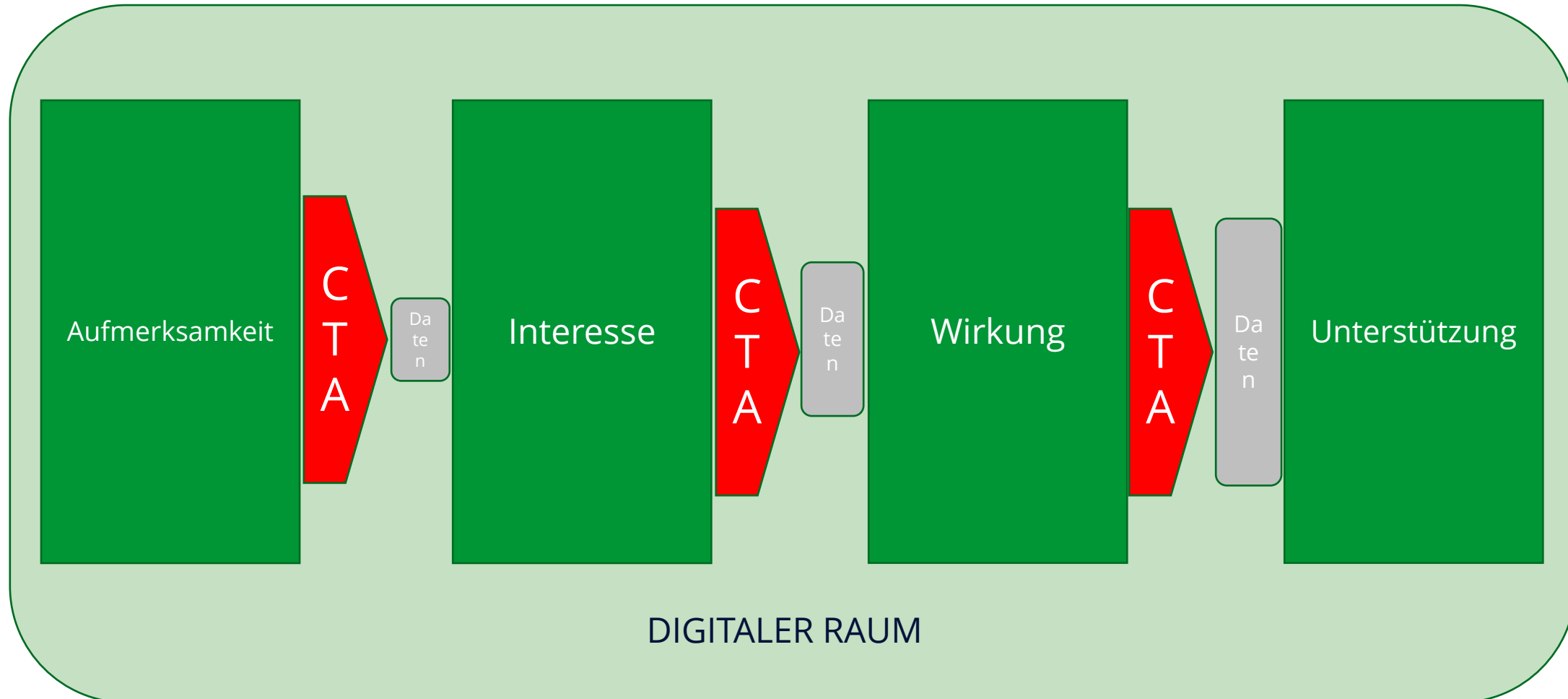
Stakeholder Journey

INFORMATION JOURNEY DER MITARBEITENDEN



Quelle: Relevante Touchpoints zur effektiven Informationsvermittlung in der internen Kommunikation, Catherine Ammann, Claude Meier, Andreas Jäggi, HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, 2022

STAKEHOLDER JOURNEY MODELL



COMMTECH SENSORIK FÜR EMPLOYEE ENGAGEMENT



4

A GLIMPSE AHEAD



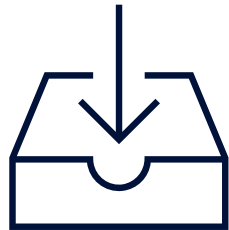
KONTEXT UND ORTSBEZOGEN

- Kontextbezogene Informationen werden immer in unserem Blickfeld sein.
- Wir sind immer online mit Devices, die so klein sind, dass wir sie kaum noch bemerken
- AR-Devices zeigen uns immer und überall kontextbezogene Informationen an
- In Verbindung mit Personalisierung bekomme ich meine „eigenen Inhalte“ präsentiert.
- Kommunikation folgt uns auf Schritt und Tritt.





NEUE ROLLEN UND FÄHIGKEITEN FÜR IK



CHANGE-MANAGEMENT

Change-Ausbildung
Coaching
Scrum | Agile Coaches
Technologie-Know How
New Channels

EMPLOYER BRANDING

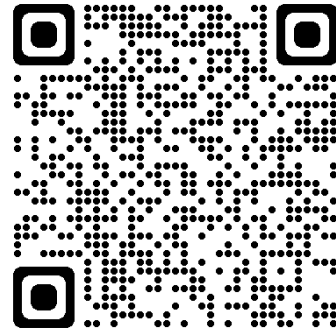
Outside-In-View | Databased Comms
Internal becomes External

EMPLOYEE ENABLEMENT

Social Media Know-How
Media-Techniques
Business Acumen



Relevante Touchpoints zur
effektiven Informationsvermittlung
in der internen Kommunikation
HWZ Working
Paper Series
2022



DANKE!



Thomas.Mickleit@knd.hamburg
@TMickleit

www.KommunikationNeuDenken.com



KommunikationNeuDenken!