

Internal Relations?

Markus Bosch



Welche Rolle kommt der internen Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung im Unternehmen zu, und wie sehen innovative Kommunikationsstrategien aus?

FUCHS!



Interne Kommunikation hat in der Vergangenheit Change-Prozesse im Unternehmen nicht nur begleitet und gesteuert, sondern auch aktiv mitgestaltet. Diese wichtige Rolle bleibt, sie wird durch die digitale Transformation aber entscheidend erweitert: Im Zentrum der Erneuerung steht ein veränderter Kommunikationsfluss, der die Belegschaft schneller, direkter, unmittelbarer und gezielter mit einbezieht. Mitarbeitern eröffnet die digitale Transformation neue Möglichkeiten, sich mit Ideen und Wissen einzubringen. Aufgabe der internen Kommunikation ist es, dieses Potenzial zu erschließen, indem sie die klassische Kaskadierung aufbricht und Formate anbietet, die ebenen- und bereichsübergreifenden Austausch ermöglichen, Formate, die auch in ihrem Namen und ihrer Gestaltung Ausdruck des Neuen sind. Beispiele sind „Design Thinking Workshops“ oder „FuckUp Nights“. Solche agilen Formate regen zu neuen Verhaltensmustern und Formen der Zusammenarbeit in offener Atmosphäre an. Oder sie etablieren eine Kultur, in der das Scheitern nicht als Katastrophe, sondern als Chance gesehen wird.