

Juli 2021



Anja Krutzke
Head of change+internal
communication

Die Unternehmens- kommunikation neu organisieren

Eine Checkliste.



CBE

DIGIDEN

Know how to communicate

Sind Sie auf die Post-Corona-Zeit vorbereitet?

Auch in Bezug auf die Unternehmenskommunikation ist es sinnvoll, einmal im Jahr mit einer Großreinigung gründlich »auszumisten« und Platz für Neues zu schaffen.

Starten Sie am besten mit einer Bestandsaufnahme, die Ihnen bei der Entscheidung hilft, welche Maßnahmen entrümpelt werden sollten und welche neuen Ansätze nötig sind, um in einer dynamischen und unübersichtlichen Zeit weiterhin erfolgreich und wirksam zu kommunizieren. Welche Prozesse haben gut funktioniert und Sie weitergebracht, wo ist die Kommunikation in der Vergangenheit eher »stecken geblieben«? Binden Sie ihr Kommunikationsteam ein, damit alle wichtigen Aspekte und Impulse mit in die Bestandsanalyse einfließen. Nutzen Sie die Gelegenheit, mit der Großreinigung bis »in jede Ecke« Ihrer Unternehmenskommunikation zu gehen und misten Sie konsequent aus, bevor Sie mit neuen Projekten an den Start gehen.

Neue Stakeholder-Erwartungen erfordern andere Maßnahmen

Die Kommunikation hat sich während der Pandemie verändert. Schon vorher war Aufmerksamkeit ein knappes Gut, aber durch die Verlegung vieler Maßnahmen in den digitalen Raum und die stetig steigende Nachrichtenflut ist sie noch einmal geringer geworden. Auch die Erwartungen der Stakeholder haben sich weiterentwickelt: Sie wünschen sich Klarheit, zeitgemäße Kanäle und entsprechende Maßnahmen, mehr Haltung und Menschlichkeit. Wir alle haben gefühlt weniger Zeit, leiden noch stärker unter der Informationsüberlastung und springen schneller ab, wenn jemand nicht auf den Punkt kommt. Was heißt das für Ihre Unternehmenskommunikation?

Checkliste für die Bestandsaufnahme

Nutzen Sie die Zeit und klären Sie, was Sie aus den Erfahrungen der letzten Monate gelernt haben. Am Anfang steht immer die Evaluation der aktuellen Situation.

Folgende Fragen können dabei helfen:

- # Wie hat sich unsere Unternehmenskultur in den letzten Monaten verändert? Welche neuen Aspekte wollen wir beibehalten, wo müssen wir nachbessern?
- # Konnte unsere Führungskultur mit den Entwicklungen Schritt halten?
- # Haben wir Leitlinien und eine einheitliche Haltung zum Thema Homeoffice – auch nach Corona?
- # Wie schaffen wir es, den Zusammenhalt in Remote-Teams zu stärken und die Mitarbeitenden auch weiterhin emotional an das Unternehmen zu binden?
- # Welche Teamregeln brauchen Remote-Teams? Wie können wir sicherstellen, dass Mitarbeitende vor Ort und Mitarbeitende im Homeoffice die gleichen Rechte und dieselben Informationen erhalten? Und wie holen wir neue Teammitglieder on remote mit an Bord?
- # Funktionieren unsere Meetingstrukturen und -frequenzen?
- # Brauchen wir noch andere Tools oder Maßnahmen?

Checkliste für die Bestandsaufnahme Ihrer externen Unternehmenskommunikation

Auch die externe Kommunikation sollte überprüft werden: Ist sie noch richtig aufgestellt, um den neuen Anforderungen Rechnung zu tragen? Die strategischen Planungen wurden in großen Teilen vor Corona entwickelt, und vieles davon funktioniert heute nicht mehr. Die Kommunikationsstrategie sollte daher überprüft und nachjustiert werden. Dafür bietet sich ein Workshop-Format an, in dem die einzelnen Bestandteile analysiert werden:

- # Erreichen wir unsere Zielgruppen noch wie geplant?
- # Stimmen unsere Ziele und Botschaften noch?
- # Müssen wir unseren Purpose klarer formulieren?
- # Welche neuen Themen und Stories gibt es? Welche haben sich überholt? Gibt es Erfolgsgeschichten aus der Corona-Zeit, die wir erzählen können?
- # Brauchen wir andere Formate und Kanäle? Wie gehen wir künftig mit Präsenzveranstaltungen um? Können wir diese digital abbilden oder als hybride Veranstaltungen durchführen?
- # Können wir unsere Social Media-Maßnahmen ausbauen und dort mehr Präsenz zeigen?
- # Müssen wir unsere Budgets anders verteilen?

*Haben Sie Fragen?
Sprechen Sie uns gerne an!*



Anja Krutzke
Head of
change+internal communication
T 030.81 884-199
E anja.krutzke@cbe-digiden.de



Sabine Clausecker
Managing Partner
CBE DIGIDEN
T 030.81 884-132
E sabine.clausecker@cbe-digiden.de

Durch Kommunikation bewältigen wir Transformationsprozesse.
Veränderung ist zur Normalität geworden. Sie treibt uns an, wie nie zuvor, entscheidet über Erfolg und Misserfolg und darüber, wo morgen das Next Big Thing startet. Kommunikation ist das Narrativ für die gemeinsame Vision, die Story für den Erfolg, die Tonalität für die gemeinsame Kultur. Kommunikation bewegt und hat die Kraft, alles zu verändern.

Wir begegnen der Komplexität unserer Welt durch Klarheit. Mit unseren relevanten Kompetenzen – analog, live und digital – und einem Blick, der sowohl Inside-out- als auch Outside-in-Perspektiven berücksichtigt, schaffen wir bemerkenswerte und wirksame Kommunikation, die komplexe Themen zu den Menschen bringt und Marken ins Leben.

Dieses Credo treibt uns an. Seit über 20 Jahren.

know how in
Berlin

Franklinstraße 27
10587 Berlin
T +49.30.81884-0
E berlin@cbe-digiden.de

know how in
Stuttgart

Sieglestraße 33g
70469 Stuttgart
T +49.711.806092-0
E stuttgart@cbe-digiden.de

cbe-digiden.de