Menschen studieren

ehs

Herzlich Willkommen zum Webinar!

GEFÖRDERT VOM
Bundesministerium für Bildung und Forschung

AUFSTIEG DURCH BILDUNG >> OFFENE HOCHSCHULEN

Evangelische Hochschule Dresden

University of Applied Sciences for Social Work, Education and Nursing

Agenda

- Aktuelle Situation
- Abschluss des Kurses
- Kommunikation in Veränderungen
- Zurück aus der Zukunft
- Feedback

Kommunikation im Change

© Bernhard Vetter M.A. Business Coaching & Change Management

Unternehmenskommunikation

- Unternehmenskommunikation befasst sich mit dem Management von Kommunikationsprozessen nach innen und außen (Bruhn, 2015, S. 2).

- Interne Kommunikation richtet sich an die Mitglieder einer Organisation und beschreibt Kommunikationsaktivitäten, die innerhalb einer Organisation stattfinden.

- Nach außen gerichtete Kommunikation hingegen hat ihre Zielgruppen auf den Finanz-, Absatz-, Akzeptanz- und Beschaffungsmärkten (vgl. Koch, 2004, S. 52).

Kommunikationsprozess

a) Kennen (also gehört oder gelesen haben),

b) Verstehen (die kulturellen Anforderungen und Ziele kognitiv begreifen, akzeptieren und verinnerlichen) kann eine Veränderung im

c) Denken und Handeln erreicht werden.

Allgemeines Modell des Kommunikationsprozesses

Sender	**Verschlüsselung der Botschaft**	**Übermittlung**	**Entschlüsselung der Botschaft**	**Empfänger**

Kommunikationsplanung

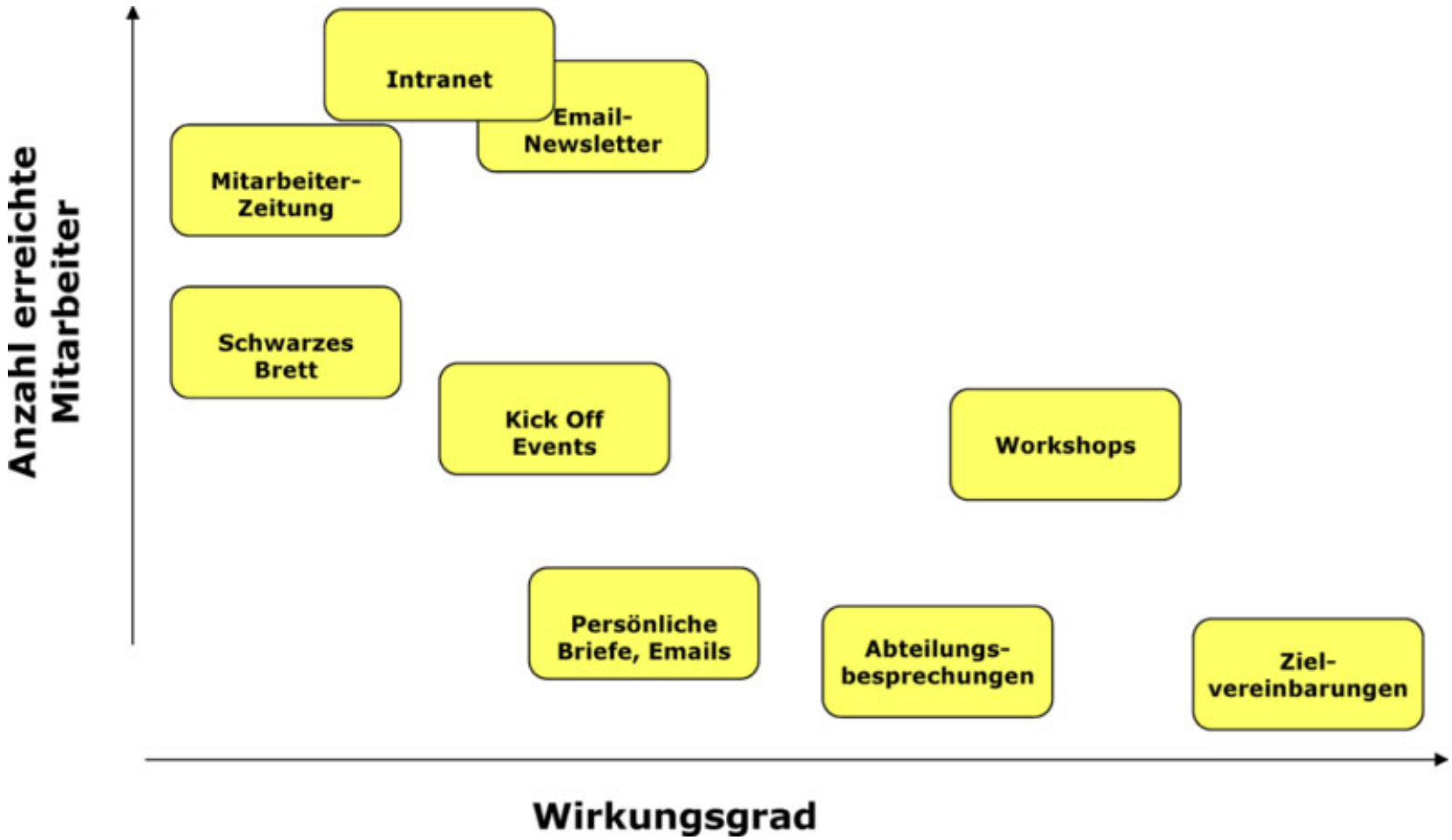
- Welche Ziele hat die Kommunikation?
- Was sind zu welcher Zeit die relevanten Zielgruppen?
- Was soll bei den Zielgruppen erreicht werden?
- Was erwarten und bedenken die Zielgruppen?
- Was sind die Kernbotschaften?
- Welcher Dramaturgie folgt die Kommunikation?
- Welche Instrumente können den Bedarf am Besten bedienen?

M. Groß (2014): Handbuch Change-Manger. S. 212ff.

Kommunikationsinstrumente

Abwärtskommunikation Kommunikation von der Führung des Unternehmens an die Mitarbeiter wie z. B. Brief oder E-Mail des Topmanagements an alle Mitarbeiter	**Aufwärtskommunikation** Kommunikation von den Mitarbeitern an die Führung des Unternehmens wie z. B. Betriebsversammlungen oder Townhall-Meetings	
Synchrone Kommunikation alle Teilnehmer sind zum gleichen Zeitpunkt an der Kommunikation beteiligt (physisch an einem Ort oder verbunden über Medien) wie z. B. Besprechungen, Telefon, Videokonferenz oder Internet	**Asynchrone Kommunikation** die Teilnehmer kommunizieren zeitversetzt wie z. B. bei einem schriftlichen Protokoll oder bei einer E-Mail	
Persönliche Kommunikation alle Formen einer direkten Interaktion wie z. B. Townhall-Meetings, Lunch & Talk oder Besprechungen	**Unpersönliche Kommunikation** Zwischenschaltung eines Mediums (Print- oder elektronisches Medium) wie z. B. Mitarbeiter-Zeitschriften oder Intranet	
Unidirektionale Medien wie z. B. Besprechungsprotokolle, E-Mail oder Anrufbeantworter	**Bidirektionale Medien** wie z. B. Sitzung, Telefon-/Videokonferenz oder Führungskräfte-Konferenz	
Regelmäßig erscheinende Medien wie z. B. Mitarbeiter-Zeitschrift	**Unregelmäßig erscheinende Kommunikation** wie z. B. Bericht nach einer Führungskräfte-Konferenz	
Mündliche Kommunikation z. B. Besprechungen oder Lunch & Talk	**Schriftliche Kommunikation über Printmedien** z. B. Mitarbeiter-Zeitschriften oder Besprechungsprotokolle	**Nutzung von elektronischen Medien** z. B. E-Mail, Chatroom oder Intranet

Kommunikationsinstrumente



Strukturierung der Kommunikation

Krisenkommunikation

Wichtige Aspekte und Aktivitäten rund um die Krisenkommunikation

Do's der Krisenkommunikation

- Kontakte und Netzwerk pflegen
- Verteiler u. Medien aktuell halten
- Den Ernstfall planen und proben
- Verantwortlichkeiten klären
- Für die Presse verfügbar sein

Dont's der Krisenkommunikation

- Erst auf Nachfrage reagieren
- Widersprüchliche Aussagen
- Zu viele Personen zum Thema
- Voreilige Schuldzuweisung
- Persönliche Meinung äußern

Medien externer Kommunikation

- Aktueller Presseverteiler
- Internetauftritt mit aktuellen News
- Präsentation in sozialen Medien
- Vorlagen für Pressemitteilungen
- Griffbereite aktuelle Pressemappen

Interne Kommunikation

- Abläufe standardisieren
- Zuerst das Personal informieren
- Krisenteam zusammenstellen
- Mitarbeiter instruieren (Verhalten)
- Mitarbeiter als Sensor nutzen

»Ich weiß nicht, ob es besser wird, wenn es anders wird. Aber es muss anders werden, wenn es besser werden soll.«

Georg Christoph Lichtenberg

Arbeitsphase

- Sie finden sich in 4 (zufällig gebildeten) Gruppen zusammen
- Klären Sie bitte zunächst nochmal kurz, wie Sie miteinander kommunizieren und visualisieren wollen
- Tauschen Sie sich über die Fragen zum Thema „zurück aus der Zukunft“ aus und halten die wichtigen Aspekte auf dem Whiteboard fest
- **3 min vor Ende** der Arbeitsphase gibt es eine kurze Erinnerung, da die Arbeitsgruppen abrupt (und fremdgesteuert) enden werden

© Bernhard Vetter M.A. Business Coaching & Change Management