



82

Das war die BdKom Sommerakademie

85

Der BdKom auf dem KKongress

86

Call for Entries: BdKom-Award

87

Kolumne Gendersensible Sprache

88

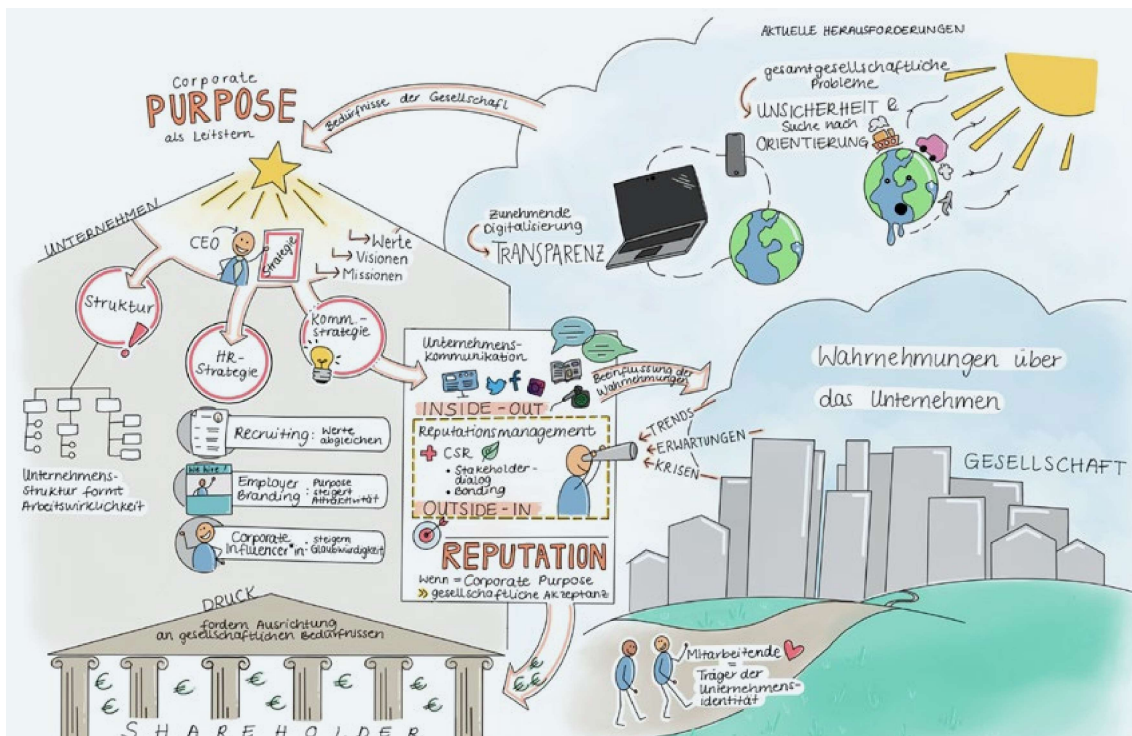
Hautnah-Interview: Pauline Schmidt

89

Newmitglieder seit April 2022

Das war die BdKom Sommerakademie

Ein spannender Nachmittag mit wissenschaftlichen Impulsen, praxisrelevanten Ergebnissen der Top-Einreicher*innen des Talent Awards 2021 und interessanten Diskussionen zwischen Newcomern und erfahrenen Kommunikator*innen.



Jana Rother, Gewinnerin des BdKom-Talent Awards 2021, stellte die Ergebnisse ihrer Masterarbeit „Ein gesellschaftliches New Normal mit Sinnökonomie, Identitätsmanagement und Stakeholder-Value: Reputation und Corporate Purpose als künftig relevante strategische Stellgrößen der integrierten Unternehmenskommunikation“ vor und unterstrich ihre Botschaften mit selbst gezeichneten Folien.

Die BdKom Sommerakademie steht dafür, Studierende, Young Professionals und erfahrene Kommunikator*innen zusammenzubringen, um gemeinsam über aktuelle Entwicklungen und neue Erkenntnisse der Kommunikationsbranche zu sprechen. Fokus des digitalen Events ist die Vernetzung und der Austausch zwischen Generationen. Hier knüpfen junge Talente wertvolle Kontakte zu Expert*innen und Kommunikationsprofis lernen Nachwuchstalente kennen.

Die Veranstaltung findet jedes Jahr in Zusammenarbeit mit einer anderen Hochschule statt. Am 14. Juni 2022 war der

BdKom virtuell beim Institut für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück zu Gast. Titel der Veranstaltung: „Managementfunktion, Transformationskraft, Koordinatensystem: Multiplayerin Interne Kommunikation“. Das Thema hat in den letzten Jahren durch die Pandemie, digitale Arbeitskonzepte und Krisen enorm an Relevanz gewonnen. Vor diesem Hintergrund diskutierten rund 120 Teilnehmende neue Konzepte und Handlungsoptionen, die Kommunikator*innen angesichts vieler Veränderungen und neuer Herausforderungen in der Praxis der internen Kommunikation haben.

Interview mit Prof. Dr. Christian Schwägerl

Einen Einblick in seine Forschungsergebnisse gab Prof. Christian Schwägerl, Professor für Kommunikationsmanagement mit Schwerpunkt auf Interne Kommunikation. Er lehrt und forscht am Institut für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück, die Partner der Sommerakademie 2022 ist:

Die Interne Kommunikation wird oft als Managementfunktion bezeichnet. Was ist damit gemeint?

Schwägerl: Typischerweise eine Organisationsfunktion, die zielgerichtet auf Wissen, Einstellungen und Handlungen von an Wertschöpfungsprozessen beteiligten Menschen einwirken soll. Die Bezugs- und Zielgrößen dieser Funktion haben sich in den letzten Jahren aber weiter konkretisiert und sich an postmoderne Vorstellungen von Management angepasst. So verdeutlichen zum Beispiel neue Organisationskonzepte, dass sich selbstorganisierte Prozesse, fach- und hierarchieübergreifende Vernetzung und Kollaboration ja selbst in kommunikativen Praktiken vollziehen. Das lädt dazu ein, unterschiedliche fachliche Perspektiven auf die Zusammenhänge von Führung, Organisation und Kommunikation zu reflektieren.

Wie kann Interne Kommunikation Transformation ermöglichen?

Schwägerl: Veränderung wird in Kommunikation erzeugt, wie bestimmte Forschungsfelder der Organisationslehre gezeigt haben. Im Kommunikationsmanagement wird Interne Kommunikation allerdings oft als führungsunterstützende Funktion in Veränderungsprozessen gesehen, die etwa einen geteilten Sinn über Ziele, Vorgehensweisen sowie die Anschlussfähigkeit der Veränderung an die Organisationsziele zwischen Management und Mitarbeitenden vermitteln möchte. Wir haben es heute jedoch mit einem Veränderungsparadigma zu tun, das iterativ und weniger linear-plandeterminiert denkt. Geht es außerdem um tiefgreifende Veränderungen zentraler Merkmale von Organisationen, sollte die Interne Kommunikation den Blick auf die Feinheiten interpersoneller Kommunikation richten. Will das Management zum Beispiel selbstgesteuerte Prozesse fördern, muss die Interne Kommunikation die genauen Kontextbedingungen reflektieren, die eine offene Kommunikation fördern. Fach- und hierarchieübergreifender Austausch gelingt ja nur dann, wenn in der Kommunikation der Beteiligten situativ nicht doch wieder Hierarchieverhalten durchdringt. Das ist natürlich keine leichte Aufgabe, aber die Profis der Internen Kommunikationspraxis kennen ja die Realitäten in ihren Organisationen gut. Nicht nur in Veränderung muss sich die Managementfunktion mit den situativen Kontextfaktoren auseinandersetzen, in denen Menschen



in Organisationen miteinander kommunizieren. Denn das ist die Ebene, auf der strategische Kommunikation Wirkung entfaltet. Führungskräfte selbst spielen offenbar in der Herbeiführung von Offenheit eine entscheidende Rolle.

Das klingt alles nach vielen neuen Aufgaben für die Interne Kommunikation. Muss die Managementfunktion noch mehr leisten als bisher?

Schwägerl: Es geht eher um die Schärfung des Bewusstseins für die Vorkehrungen, die Interne Kommunikation für die Bedingungen von Management und von Wandel schaffen kann, als um noch mehr Aktivitäten. Zunächst schafft die Managementfunktion Möglichkeitsräume für organisationsweite Kommunikation, die auf ein Wertschöpfungsziel hin ausgerichtet ist. Sie könnte aber den Blick dafür schärfen, wie sich ihre Handlungsfelder, ihre Bezugs- und Zielgrößen und die vielfältigen Erscheinungsformen von Kommunikation in Organisationen zueinander verhalten: etwa die zentrale Verbreitung redaktioneller Inhalte und strategischer Botschaften, Wissens-, Einstellungs- und Handlungsziele in Bezug auf konkrete Arbeitsvollzüge, und die interpersonelle mediatisierte und direkte Kommunikation zwischen Kolleg*innen, Führungskräften und Mitarbeitenden.

Die Referent*innen

Herzstück der BdKom Sommerakademie waren erneut praxisrelevante Abschlussarbeiten von Absolvent*innen der Medien- und Kommunikationswissenschaften. In drei Themenpanels stellten die Top-Einreicher*innen des BdKom Talent Awards 2020 und 2021 die Ergebnisse ihrer Arbeiten zu Interner Kommunikation, Strategischer Kommunikation und Umgang mit Krisen & Fake News vor.



Judith Alpmann, Communication Specialist bei IKEA



Jonas König, stv. Leiter des Ministerienbüros im MMFKI Rheinland-Pfalz



Corinna Schmidt, Trainee Corporate Communications bei LHLK



Felix Schmidt, Junior Policy Advisor für Klimaschutz- und Energiepolitik bei WWF Deutschland



Ina Dürig, Junior Consultant Corporate & Brand Communication bei Klensk & Hoursch AG



Carolin Scheibel, Referentin Vertriebskommunikation bei Volkswagen Group Services GmbH



Sophia Just, Volontärin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Staatskanzlei Rheinland-Pfalz



Katrin Baab, Comms Managerin Interne Kommunikation & Change bei Sana Kliniken AG



Rebecca Fink, Referentin Marketing, Kommunikation und Veranstaltungen bei RITZ Regionales Innovations- und Technologietransfer Zentrum

Die Moderator*innen

Als Moderator*innen mit dabei: Regine Kreitz, Präsidentin BdKom und Leiterin Kommunikation bei Stiftung Warentest, Florian Amberg, BdKom-Vizepräsident und Group Spokesperson bei Munich Re, Ina Froehner, BdKom-Bildungsbeauftragte und Head of Communications bei Scalable Capital, Jutta Sesselmann, BdKom-Fachgruppenleiterin Interne Kommunikation und Leitung Interne Kommunikation bei Carl Zeiss Meditec AG, Kerstin Lohse, stv. BdKom-Fachgruppenleiterin Interne Kommunikation und Leitung Kommunikation bei Robert Bosch Stiftung und Bernhard Krumpel, Geschäftsführer bei krumpel GmbH



Regine Kreitz



Florian Amberg



Ina Froehner



Jutta Sesselmann



Kerstin Lohse



Bernhard Krumpel

Hochkarätige Gäste und spannende Diskussion

Bei der Abschlussdiskussion stand erneut die interne Kommunikation im Fokus: Die BdKom-Bildungsbeauftragte Ina Froehner diskutierte mit Katja Matznick, Jeannine Rapp, Jana Hohlweg und Prof. Dr. Peter Stücheli-Herlach über Employee Engagement, die Beziehung zwischen Mitarbeitenden und Führung in Zeiten von digitalen und hybriden Arbeitskonzepten sowie interne Krisenkommunikation. Ein paar Blitzlichter:



„Wenn wir kommunizieren, ist Haltung entscheidend. Diese Haltung müssen Unternehmen gemeinsam entwickeln.“

Katja Matznick, Head of Employee Communications bei eBay Deutschland



„Wir als Kommunikator*innen sind Treiber*innen der Unternehmenskultur.“

Jeannine Rapp, Head of Communication and Implementation of Group Initiatives (SMT-C) bei ZEISS Sparte Semiconductor Manufacturing Technology



„Kommunikator*innen müssen sich einbetten – in andere Berufsfelder und Sichtweisen. Deswegen plädiere ich für Job-Sharing, Job-Shadowing und vor allem für den mobilen Arbeitsplatz.“

Prof. Dr. Peter Stücheli-Herlach, Professor und Leiter Forschungsbereich für Organisationskommunikation und Öffentlichkeit an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften



„Mitarbeiter möchten nicht pauschal mit Infos überflutet werden – es braucht Relevanz statt Masse.“

Jana Hohlweg, selbstständige Beraterin mit Schwerpunkt auf Social Intranet und Collaborations