



04.12.2018

Agilität in der Unternehmenskommunikation – aber wie?

Neue Publikation vermittelt Grundlagen, Fallbeispiele und Forschungsergebnisse

- **Der Trend zu Agilität bringt neue Chancen für Kommunikationsabteilungen und kann die eigene Rolle im Unternehmen stärken.**
- **Forscher der Universität Leipzig identifizieren sechs Dimensionen von Agilität, die beachtet werden müssen, um als Kommunikationsabteilung bzw. Unternehmen agiler zu werden: Strukturen und Prozesse, die Unternehmenskultur und Mitarbeiter sowie Tools und Technologien.**
- **Die aktuelle Ausgabe „Fast and Flexible: Corporate communications in agile organizations“ der Publikationsreihe COMMUNICATION INSIGHTS fasst Kernergebnisse des Forschungsprojekts „Unternehmenskommunikation in agilen Organisationen“ der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation praxisnah zusammen. Die englischsprachige Publikation ist unter www.akademische-gesellschaft.com kostenfrei verfügbar.**

Immer mehr Unternehmen experimentieren mit agilen Konzepten, um schneller und effizienter zu werden. „Durch den sinnvollen Einsatz von agilen Strukturen und Prozesse können Unternehmen besser auf die veränderten Ansprüche von Stakeholdern reagieren. Dies hilft, mit neuen Wettbewerbern mithalten zu können“, erklärt die Projektleiterin Dr. Lisa Dühring vom Lehrstuhl für Strategische Kommunikation der Universität Leipzig. Jan-Peter Schwartz, Leiter Unternehmenskommunikation und Markenstrategie bei OSRAM, bestätigt: „Agilität ist ein Schlüsselbegriff, mit dem wir uns auseinandersetzen müssen. Die Auswirkungen werden uns auch in den nächsten Jahren, vielleicht Jahrzehnten, beschäftigen. Wenn wir uns diesen Herausforderungen nicht stellen, würden wir in kurzer Zeit vom Markt verschwinden.“

Doch viele Kommunikatoren sind noch skeptisch und unsicher, wie sie mit diesem Trend umgehen sollen. „Aus diesem Grund hat die Akademische Gesellschaft vor einem Jahr das Forschungsprojekt gestartet. Wir wollen die Kommunikatoren bei der Transformation hin zu mehr Agilität unterstützen, Best Practices aufzeigen und Wissen vermitteln“, so Professor Ansgar Zerfaß von der Universität Leipzig. Dafür wurden im ersten Schritt knapp 40 Kommunikationsverantwortliche von führenden deutschen und internationalen Unternehmen befragt, wie sie mit dem Thema Agilität umgehen. Ergänzt werden diese Einblicke derzeit durch Fallstudien in ausgewählten Unternehmen.

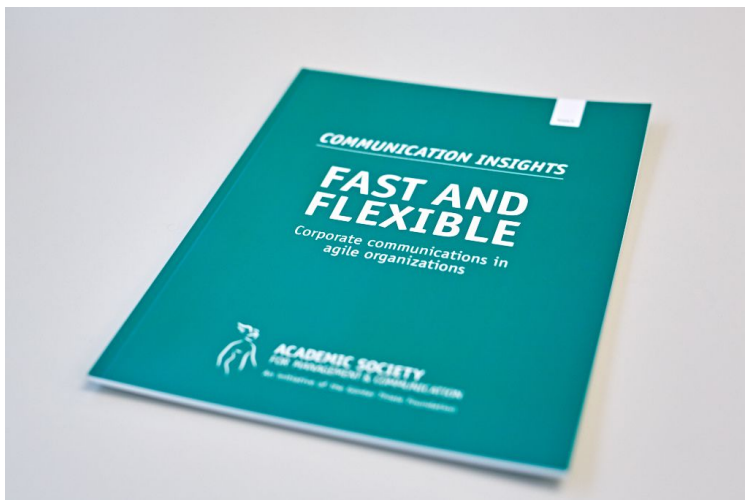
Die Veränderung hin zu einer agilen Organisation kann der Unternehmenskommunikation helfen, ihre Rolle im Unternehmen zu stärken: Erstens, durch die interne und externe Kommunikation der Veränderungen; zweitens, durch die Transformation der eigenen Abteilungsstrukturen und -prozesse; und drittens, durch die Unterstützung und Befähigung anderer Abteilungen.



Damit Abteilungen agiler werden, müssen sechs Dimensionen verändert werden: Strukturen und Prozesse, wie beispielsweise flachere Hierarchien und mehr abteilungsübergreifende Zusammenarbeit; die Unternehmenskultur und Mitarbeiter, die eine neue Offenheit, Flexibilität, Transparenz und andere Führungskultur benötigen; sowie der Einsatz von agiler Tools und Technologien, die diese neue Art der Zusammenarbeit unterstützen. Die Studie zeigt zudem, dass es unterschiedliche Ansätze gibt, wie Unternehmen mit der Transformation von Strukturen und Prozessen umgehen. Einige Unternehmen haben „Agilitäts-Inseln“ geschaffen, andere haben radikalere Veränderungen vorgenommen, für andere ist agiles Arbeiten derzeit kein Thema.

Wer mehr über diese Studie erfahren will: Die Ergebnisse werden in der aktuellen Ausgabe der COMMUNICATION INSIGHTS „Fast and flexible“ zusammengefasst. Zudem werden Best Practices von comdirect und B. Braun Melsungen AG vorgestellt, zwei Vorreiter-Unternehmen in diesem Bereich. Die Publikation ist speziell für Praktiker aufbereitet und steht allen Interessierten kostenlos zum Download zur Verfügung:

www.akademische-gesellschaft.com/service/publikationen/communication_insights/



Copyright: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation, Leipzig.

Kontakt:

Karen Berger, Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation

berger@akademische-gesellschaft.com | Tel: +49 341 9735052 | Mobil: +49 178 6692205 | www.akademische-gesellschaft.com

Über das Forschungsprojekt

Das Forschungsprojekt „**Unternehmenskommunikation in agilen Organisationen**“ ist in drei Teilprojekte unterteilt, die sich auf verschiedene Aspekte von Agilität konzentrieren: Während es in der aktuellen Ausgabe der COMMUNICATION INSIGHTS um interne Strukturen und Prozesse sowie die Rolle der Kommunikationsabteilung in agilen Organisationen geht (Universität Leipzig: Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Dr. Lisa Dühning), fokussieren sich die anderen Teilprojekte auf die Auswirkungen von Agilität auf die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern (Universität Münster: Prof. Dr. Ulrike Röttger, Dr. Christian Wiencierz) und auf das Themenmanagement (Universität Wien: Prof. Dr. Sabine Einwiller, Dr. Jens Seiffert-Brockmann).

Die Studie wird gefördert von der **Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation**, einer gemeinsamen Initiative von Wirtschaft und Wissenschaft, mit dem Ziel die Unternehmenskommunikation durch Studien und Erfahrungsaustausch weiterzuentwickeln und zu professionalisieren. Sie wurde 2010 gegründet und wird mittlerweile von sechs Universitäten und rund 40 deutschen und internationalen Konzernen unterstützt.



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

Eine Initiative der Günter Thiele Stiftung

Die Partner der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation:

