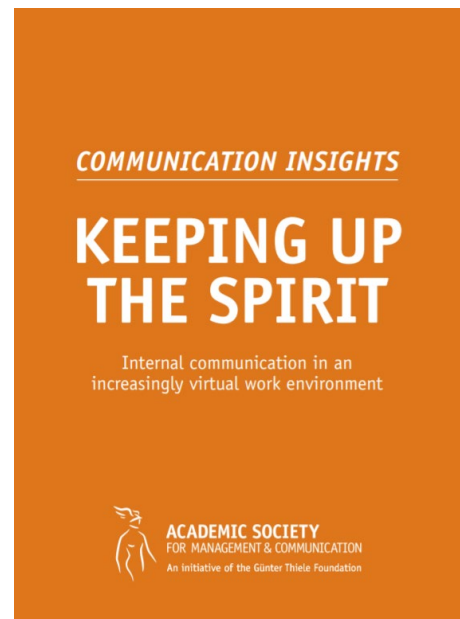


08.12.2021

Keeping up the spirit – aber wie?

Studie der Akademischen Gesellschaft untersucht, wie die interne Kommunikation Mitarbeiterbindung und -motivation in einer zunehmend virtuellen Arbeitswelt fördern kann

- **Wie können Unternehmen emotionale Bindung, Engagement, Beteiligung und Zusammenhalt zwischen den Mitarbeitenden auch im virtuellen Kontext fördern?**
- **Ein Forschungsteam der Universität Wien hat in Kooperation mit der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation die Herausforderungen und Ziele der internen Kommunikation in einer immer stärker virtuell geprägten Arbeitswelt untersucht.**
- **Ergebnisse zeigen: Die hybride Arbeitswelt verlangt nach authentischer, transparenter und emotionaler interner Kommunikation. Dabei ist zielgruppengerechte, integrative Kommunikation wichtiger denn je, um alle Mitarbeitenden gleichermaßen abzuholen.**
- **Die COMMUNICATION INSIGHTS „Keeping up the spirit“ fasst die Kernergebnisse des Forschungsprojekts zusammen. Download: https://bit.ly/CommInsights_InternalComms**



Spätestens seit dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie ist die interne Kommunikation gefordert, neue Konzepte für die Ansprache von Mitarbeitenden in virtuellen bzw. hybriden Arbeitswelten zu entwickeln. „Durch den eingeschränkten persönlichen Kontakt bei virtueller Zusammenarbeit wird es schwieriger, Mitarbeitende zu binden und zu motivieren“, erklärt Dr. Sabine Einwiller, Professorin für Public Relations-Forschung an der Universität Wien. „Kreativität und neue Ansätze sind gefragt, um alle anzusprechen und einzubeziehen – sowohl Mitarbeitende vor Ort als auch virtuell Arbeitende.“

Ein Forschungsteam der Universität Wien hat die Herausforderungen der internen Kommunikation, Lösungsansätze und Erfahrungen in einer immer stärker virtuell geprägten Arbeitswelt analysiert. Dazu wurden Interviews mit 60 Arbeitnehmenden und 16 Kommunikationsexpertinnen und -experten sowie eine Onlinebefragung von 1000 Arbeitnehmenden durchgeführt.

Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass die virtuelle Arbeitswelt die Förderung von emotionaler Bindung, Engagement, Beteiligung und Zusammenhalt zwischen den Mitarbeitenden erschwert. Um diese Ziele der internen Kommunikation zu erreichen, ist es entscheidend, authentisch, transparent und emotional zu kommunizieren. Hierbei sind vor allem auch die Führungskräfte und das Topmanagement des Unternehmens gefragt.

„Virtuell Arbeitende sind zufriedener mit der Kommunikation des Unternehmens als Mitarbeitende ohne Computerarbeitsplatz. Das zeigt: Es braucht neue Ideen, um die Gefahr einer Zweiklassengesellschaft zu minimieren, sodass die Mitarbeitenden ohne Computerarbeitsplatz ebenso gut in die Kommunikation integriert sind“, erläutert Julia Stranzl, Leiterin des Forschungsprojekts an der Universität Wien. Die interne Kommunikation muss dazu beitragen, eine integrative Kultur zu schaffen, in der sich alle Mitarbeitenden gleichermaßen wertgeschätzt und einbezogen fühlen.

Die Ergebnisse im Überblick:

- **Herausforderungen in einer zunehmend virtuellen Arbeitswelt:** Die interne Kommunikation muss neue Formate entwickeln, die Mitarbeitende vor Ort als auch virtuell Arbeitende gleichermaßen ansprechen und integrieren. Dafür ist es notwendig, ein offenes Ohr für die Anliegen und Wünsche der Mitarbeitenden zu haben.
- **Verbundenheit trotz Distanz:** Unternehmensrelevante Informationen wie Ziele, Werte und zukünftige Entwicklungen zu kommunizieren, kann die Verbundenheit der Mitarbeitenden mit dem Arbeitgeber stärken. Ebenso tragen wertschätzende Botschaften und das Angebot diverser Unterstützungsmaßnahmen dazu bei.
- **Führungskräfte in der Pflicht:** Um das Engagement der Mitarbeitenden in einer hybriden Arbeitswelt aufrechtzuerhalten und zu fördern, kommt den Führungskräften eine besondere Bedeutung zu. Für sie gilt, transparent und wertschätzend zu kommunizieren sowie Tipps und Tricks an die Mitarbeitenden zu vermitteln.
- **Zusammenhalt durch eine starke „Wir-Kommunikation“:** Community-building benötigt vor allem emotionale beziehungsorientierte Kommunikation. Dazu gehören wertschätzende Botschaften, in denen das „Wir“ im Fokus steht. Kulturelle und regionale Unterschiede müssen dabei berücksichtigt werden.
- **Risiken erkennen und minimieren:** Eine virtuelle Arbeitswelt schafft mehr Flexibilität, kann jedoch zu einer „Always on“-Mentalität führen und sogenannten Technostress auslösen, der den empfundenen Arbeitsstress erhöht. Ein weiteres Risiko besteht in einer Zweiklassengesellschaft, bei der die Mitarbeitenden ohne Computerarbeitsplatz weniger gut in die Kommunikation integriert sind und sich weniger wertgeschätzt fühlen.
- **Zukünftiges Arbeiten** wird von virtueller Zusammenarbeit geprägt sein. Daher werden die Lessons Learned während der COVID-19-Pandemie auch in Zukunft wichtig sein. Zum Beispiel sollte die interne Kommunikation ihre Rolle als strategischer Partner für das Management und HR wahrnehmen. Die hybride Arbeitswelt erfordert eine noch engere Zusammenarbeit v.a. mit HR. Interne Kommunikatorinnen und Kommunikatoren können Mitarbeitenden und Führungskräften (technisches und soziales) Know-how vermitteln und dazu befähigen, in einer zunehmend virtuellen Arbeitswelt erfolgreich zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten.

Alle Ergebnisse können in der aktuellen Ausgabe der COMMUNICATION INSIGHTS „Keeping up the spirit“ nachgelesen werden. Zudem kommen Expertinnen und Experten aus Unternehmen zu Wort, die ihre Erfahrungen mit der Virtualisierung der internen Kommunikation teilen.

Kostenloser Download: https://bit.ly/CommInsights_InternalComms

Hintergrund zur Studie

Das Forschungsprojekt „Keeping up the spirit“ wurde 2020/2021 unter Leitung von Prof. Dr. Sabine Einwiller und Julia Stranzl an der Universität Wien durchgeführt. Es vertieft die Ergebnisse des Communications Trend Radar 2021 – speziell den Trend Virtual Corporate Communications. Der Communications Trend Radar identifiziert jedes Jahr die wichtigsten Trends aus Management, Technologie und Gesellschaft, die für Unternehmen und deren Kommunikation relevant werden.

Das Forschungsprojekt wurde von der **Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation** gefördert, einem gemeinnützigen Thinktank im Bereich der Unternehmenskommunikation. Die Initiative verfolgt das Ziel, die Arbeit von Kommunikationsabteilungen durch unabhängige, wissenschaftlich fundierte Studien und einen engen Erfahrungsaustausch zwischen Forschung und Praxis weiterzuentwickeln und zu professionalisieren. Mehr dazu auf www.akademische-gesellschaft.com

Die Wissenschafts- und Praxispartner der Akademischen Gesellschaft (Stand Dezember 2021)



Ansprechpartnerin: Jana Brockhaus, Kommunikationsmanagerin, Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation: brockhaus@akademische-gesellschaft.com | Tel: +49 341 9735054