

# COMMUNICATIONS TREND RADAR

Die wichtigsten Trends aus Gesellschaft & Kommunikation, Management und Technologie für die Unternehmenskommunikation

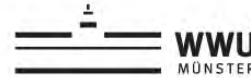


**AKADEMISCHE GESELLSCHAFT**  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

Eine Initiative der Günter Thiele Stiftung

Universität Leipzig  
Universität Duisburg-Essen

# Die Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation



4 Universitäten

6 Professorinnen und Professoren

44 internationale Unternehmen



# Das Trend-Radar-Team



**Prof. Dr. Stefan Stieglitz**  
Universität Duisburg-Essen

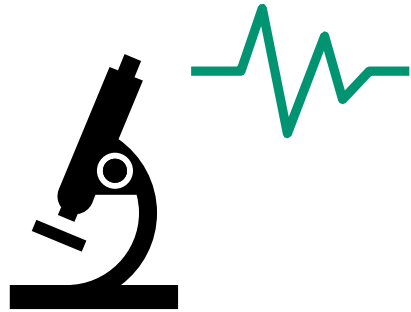
**Daniel Ziegele**  
Universität Leipzig

**Sünje Clausen**  
Universität Duisburg-Essen

**Prof. Dr. Ansgar Zerfaß**  
Universität Leipzig



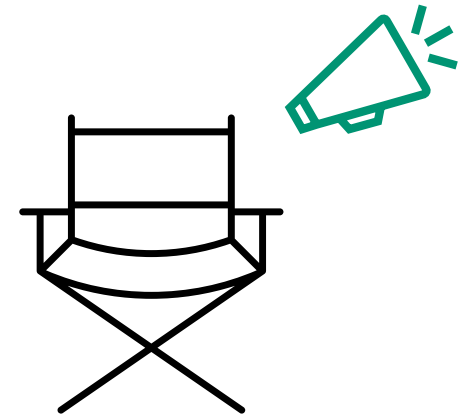
# Zielsetzung des Communications Trend Radar



Wissenschaft als Impulsgeber  
für die strategische  
Kommunikation



Frühzeitige Identifikation  
relevanter Trends



Aufbereitung für  
Kommunikationsverantwortliche  
als Impulse für eigene  
Aktivitäten



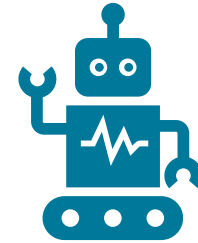
# Trends aus drei Bereichen werden analysiert



Gesellschaft



Management



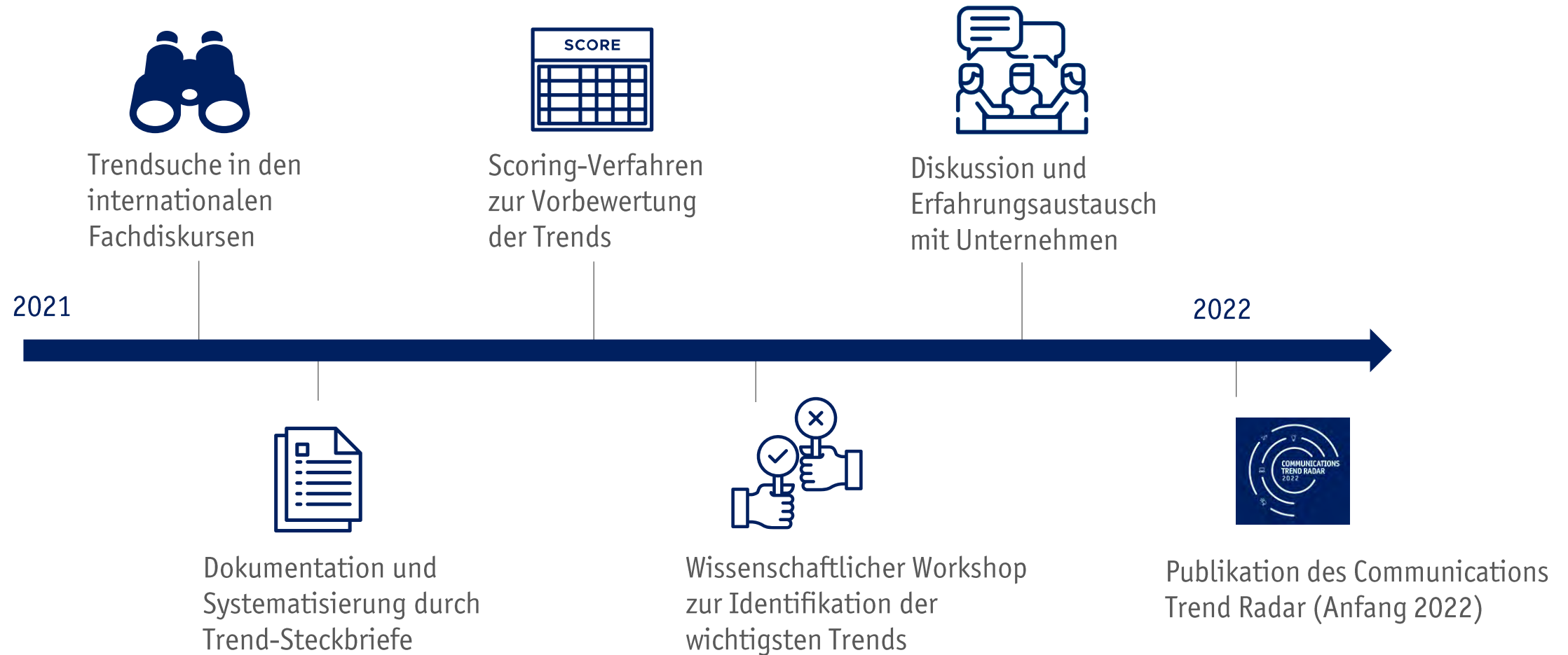
Technologie



Auswirkungen auf  
Kommunikationsfunktion, Kommunikationsmanagement und Kommunikationsprozesse



# Forschungsprozess und Methodik



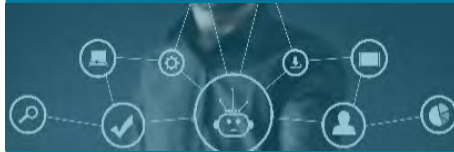
# Die Top 5 Trends für 2022

Language  
Awareness



Gesellschaft

Synthetic Media



Technologie

Closed  
Communication



Management

Cybersecurity



Technologie

Gigification



Management





# LANGUAGE AWARENESS

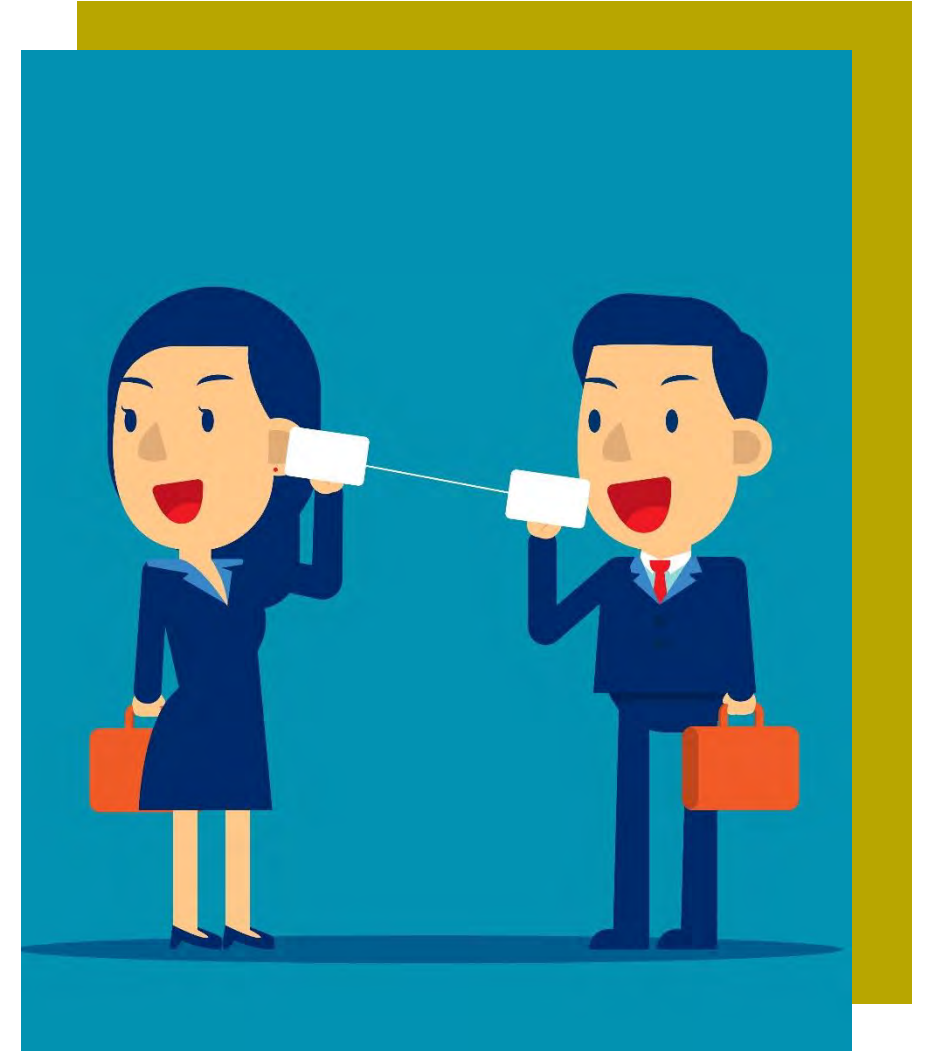


# WORUM GEHT ES?

i

- Language Awareness = bewusste Wahrnehmung von Sprache und Sensibilität beim Sprachgebrauch
- Sprachliche Ausdrucksformen beeinflussen immer stärker die Wahrnehmung und Akzeptanz der Kommunikation
- Debatten sind stark geprägt durch Emotionen, Polarisierung und Stigmatisierung; (Political correctness, Gendersensibilität etc.)

→ Sprache ist ein zentrales Instrument der Kommunikation – die Fokussierung auf Ausdrucksformen erschwert die Verständigung



# RELEVANZ



- Zunahme von Sprachkritik und Stigmatisierung in Linguistik und Gesellschaft
- Argumente reichen von Sprachgerechtigkeit bis hin zu Zensur; Inhalte und Usability rücken in den Hintergrund
- Wenig empirisches Wissen zu Erwartungen von Stakeholdern, insbes. international; divergierende Anforderungen aus Sicht von Nutzern, Technik, Recht, usw.
- Sprachverwendung von Unternehmen wird stark diskutiert – und öffentlich bewertet

→ **Kommunikationsverantwortliche müssen sich von emotionaler Debatte lösen, um zu sensibilisieren (statt zu stigmatisieren) und praktikable Lösungen zu finden**

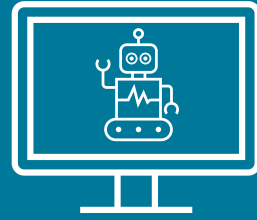


ZEIT ONLINE

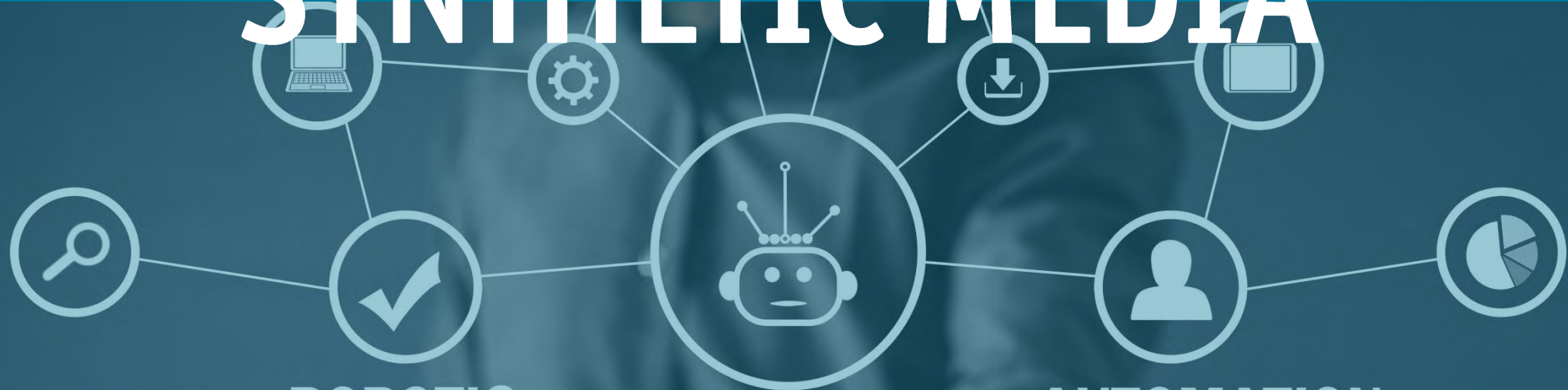
## Lufthansa schafft Begrüßung "Damen und Herren" an Bord ab

Die Ankündigung der Airline hat in den sozialen Netzwerken zu teils heftigen Diskussionen geführt, wobei Gender-Kritiker auch mit dem Verzicht auf Flugreisen drohten. Lufthansa stellte am Nachmittag klar, dass man die Ansage nicht verboten habe. Disziplinarische Maßnahmen müsse niemand befürchten, der die hergebrachte Grußformel nutzt.





# SYNTHETIC MEDIA



**ROBOTIC**

**PROCESS**

**AUTOMATION**



# WORUM GEHT ES?



- Synthetic Media = automatische Erstellung und Veränderung von Bildern, Texten, Videos und Audio
- Beispiele:
  - Automatisierte und ggf. personalisierte Erstellung von Texten („Robo-Journalisten“)
  - Virtual Influencer
  - Bild-, Video- und Audiosynthese und -transformation
  - Aber auch: Deepfakes

→ Synthetic Media wird die öffentliche Kommunikation und Meinungsbildung verändern



# RELEVANZ



- Erste kommerzielle Dienstleister für Synthetic Media, einflussreiche virtuelle Influencer, Deepfakes im Fernsehen
- Potenziale für die Erstellung von Medieninhalten als Kernaufgabe der Unternehmenskommunikation:
  - Kürzere Produktionszeiten
  - Kosteneinsparung
  - Neue, kreative Formate
  - Mehr Kontrolle (im Influencermarketing)
- Aber: Risiken durch Missbrauch durch andere und Skandalisierung

→ Kommunikationsverantwortliche sollten prüfen, wo Synthetic Media sinnvoll eingesetzt werden kann und welche Chancen und Risiken bestehen



A robot wrote this entire article.  
scared yet, human?  
*GPT-3*

'Deepfake is the future of content creation'





# CLOSED COMMUNICATION



# WORUM GEHT ES?

i

- Closed Communication = Kommunikation über private Kanäle und Plattformen, die nur ausgewählten Personen zugänglich sind
- Covid-19 hat zu einem Rückzug in das Private geführt – auch was die Mediennutzung betrifft; Dienste wie Telegram & Co. boomen
- Insgesamt langfristige Entwicklung zu mehr privater bzw. nicht-öffentlicher Kommunikation

→ **Durch Closed Communication verändert sich die öffentliche Kommunikation hinsichtlich der Erreichbarkeit von Zielgruppen, der Meinungsführer und Themenagenden**



# RELEVANZ



- Verändertes und fragmentiertes Medienangebot: Special Interest, Haltungsjournalismus etc.
- Veränderte Mediennutzung: Bedeutung von Newsfeeds, Gruppenkommunikation etc.
- Durch Deplatforming und Messenger-Dienste gewinnt die Echokammer-Hypothese an Bedeutung

→ **Kommunikationsverantwortliche sollten sich mit den Chancen und Risiken von Closed Communication auseinandersetzen und Handlungsstrategien entwickeln**





# CYBERSECURITY



# WORUM GEHT ES?



- Cybersecurity = Schutz von Computersystemen, -netzen und Diensten vor der Offenlegung von Informationen, dem Diebstahl oder der Beschädigung
  - „Risikofaktor Mensch“
    - Datenverluste werden oft durch menschliches Fehlverhalten (~23%) und Social Engineering & Phishing-Angriffe (~10%) verursacht
    - Arbeit im Home Office und Missachtung von Regeln erhöhen Risiken
  - Bewusstsein für Risiken und Richtlinien, Training, Vernetzung & Austausch mit anderen Organisationen kann schützen und Kosten reduzieren
- **Cybersecurity ist eine Kernherausforderung für Unternehmen in allen Bereichen**



# RELEVANZ

500 MILLION LINKEDIN ACCOUNTS  
LEAKED ON THE DARK WEB

Bose confirms ransomware attack that exposed  
employee data



- Anzahl der Cyber-Angriffe steigt, hohe Kosten
  - Jedes Jahr +160% Ransomware Attacken
  - Datenverluste kosteten deutsche Unternehmen im Jahr 2020 durchschnittlich 4,45 Mio. Dollar (IBM Security)
- Mitarbeitende und Führungskräfte können durch interne Kommunikation sensibilisiert werden; externe Kommunikation kann Reputationsverlust bei Cyber-Krisen verringern
- Digitale Transformation von Kommunikationsabteilungen (CommTech) macht diese selbst immer anfälliger für Angriffe und Missbrauch

→ **Kommunikationsverantwortliche sollten Maßnahmen identifizieren, die die Cybersecurity des Unternehmens insgesamt unterstützen und zugleich die Sicherheit der eigenen digitalen Infrastruktur sicherstellen.**





# GIGIFICATION



# WORUM GEHT ES?



- Gigification = Aufteilung von Projekten und großen Aufgaben in ‚Gigs‘ (kleine, kurzfristig zu erledigende Aufträge)
- Funktioniert überall, wo Aufgaben in ‚Gigs‘ zerlegt werden können und Wertschöpfung zeitversetzt mit Ertrag stattfindet
- Großes Wachstum bei digital unterstützten, global aufgestellten Leistungsprozessen

→ **Das Prinzip betrifft und verändert alle Wissensberufe**



# RELEVANZ



- Hauptvorteil von Gigification sind die steigende Flexibilität und die Überwindung von Zeitzonen – Aufgaben können jederzeit und überall erledigt werden
- Immer mehr Nachfrager von Gigs durch Remote Work, Digitales Nomadentum und Globalisierung treffen auf wachsende Engpässe bei festem qualifiziertem Personal
- Umsetzungserfahrung in verwandten Bereichen (Publikationsprozesse globaler Verlage, IT-Services)

→ **Kommunikationsverantwortliche können bereits heute Anwendungsszenarien entwickeln und den Einsatz von Gigs testen**

**Harvard  
Business  
Review**

**Will the Pandemic Push  
Knowledge Work into the  
Gig Economy?**

**GALLUP**

Remote Work Persisting and  
Trending Permanent

**Handelsblatt**

**Wie der Fiverr-Gründer ein virtuelles Heim  
für digitale Nomaden geschaffen hat**

Vor zehn Jahren setzte ein israelischer Unternehmer auf die Bedeutung des Homeoffice. Die Pandemie hat seine Prognose bestätigt.



# PODIUMS- DISKUSSION



**AKADEMISCHE GESELLSCHAFT**  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION  
Eine Initiative der Günter Thiele Stiftung

Universität Leipzig  
Universität Duisburg-Essen