

Informationsvermittlung  
zwischen Unternehmens-  
leitung und Mitarbeitern

Steigerung der Effizienz durch  
Dialog, Transparenz, Motivation  
und Bindung



Strukturierter Informations-  
austausch zur Zielidentifikation  
und -erreichung

## Angaben zur Umfrage

Wie verändert sich die Interne Kommunikation –  
und was bedeutet das für das Berufsbild des internen Kommunikationsmanagers?

Dieser Frage ist die scm – school for communication and management in Kooperation mit der Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) und dem prmagazin nachgegangen. Ziel war es, das Berufsfeld des internen Kommunikationsmanagers zu bestimmen. Besonderer Fokus lag dabei auf organisatorischen Rahmenbedingungen, Arbeitsfeld und Instrumenten sowie dem Profil der internen Kommunikationsmanager.

- **Art der Befragung:** Onlinefragebogen mit 24 Fragen
- **Laufzeit der Umfrage:** 14 Tage (7. bis 20. September 2010)
- **Anzahl vollständiger Fragebögen:** 143

## Hintergrund der Befragten

Geschlechterverteilung: 2/3 Frauen – 1/3 Männer

Durchschnittsalter: zwischen 35 und 40 Jahre

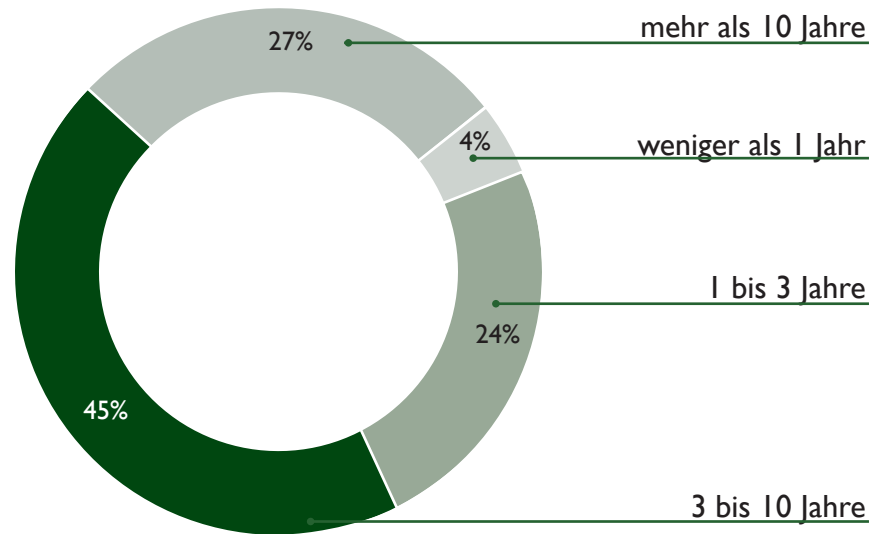
Über 93% haben einen Hochschulabschluss, darunter am häufigsten in mindestens einem der folgenden Fächer\*:

- 49% Geistes-/ Sozial-/ Sprachwissenschaften
- 39% Kommunikations-/ Medienwissenschaften/ Publizistik
- 28% Wirtschaftswissenschaften

\* Mehrfachnennungen waren möglich.

## Hintergrund der Befragten

### Berufserfahrung in der Internen Kommunikation

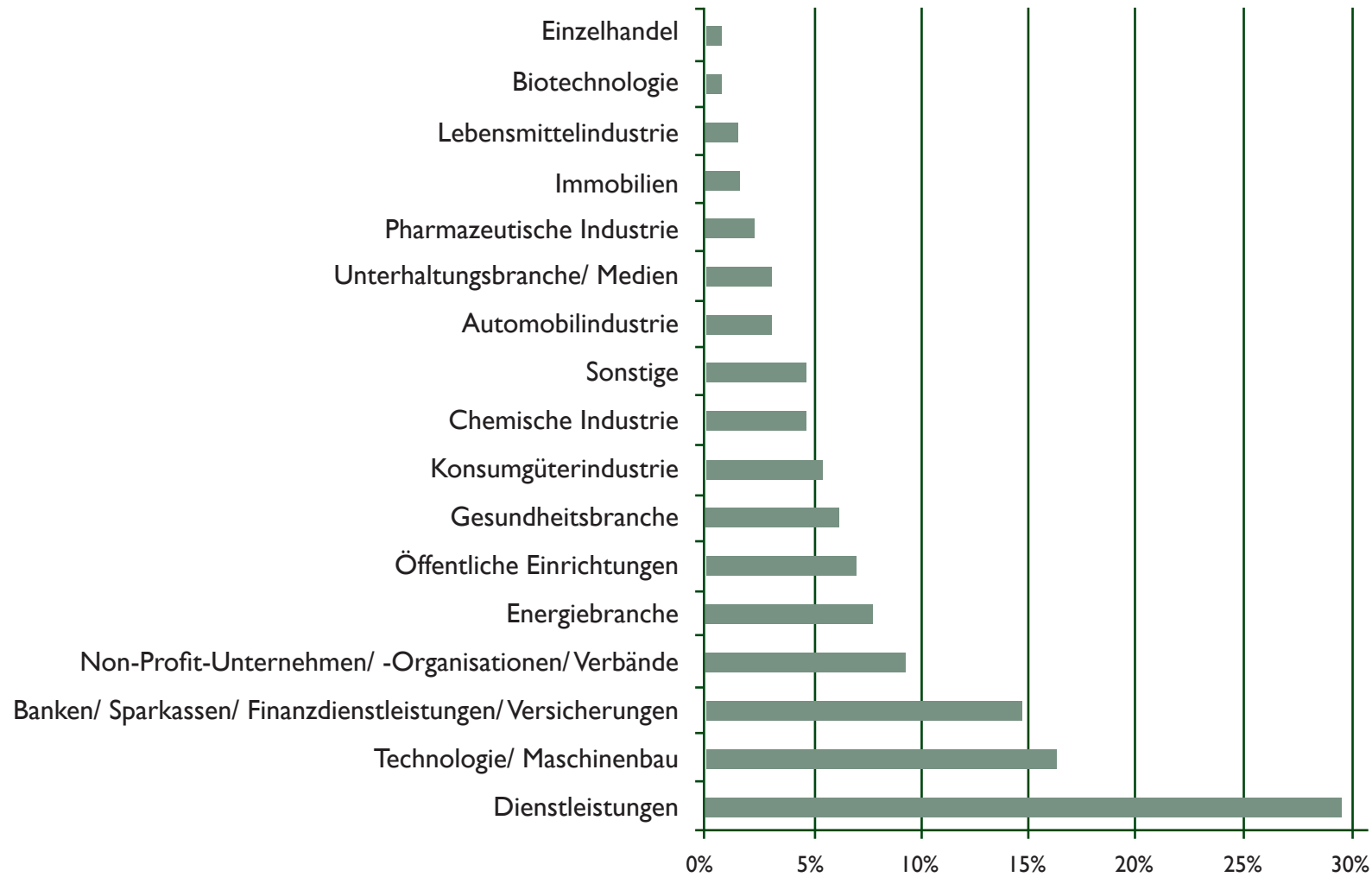


### Position und Abteilung\*

		Interne Kommunikation	Unternehmenskommunikation	Sonstige (z.B. PR)
Funktion	Leitung	22,7%	17,6%	16,0%
	Mitarbeit	30,3%	16,8%	37,9%

\* Mehrfachnennungen waren möglich.

## Unternehmensinformationen: Branchenzugehörigkeit

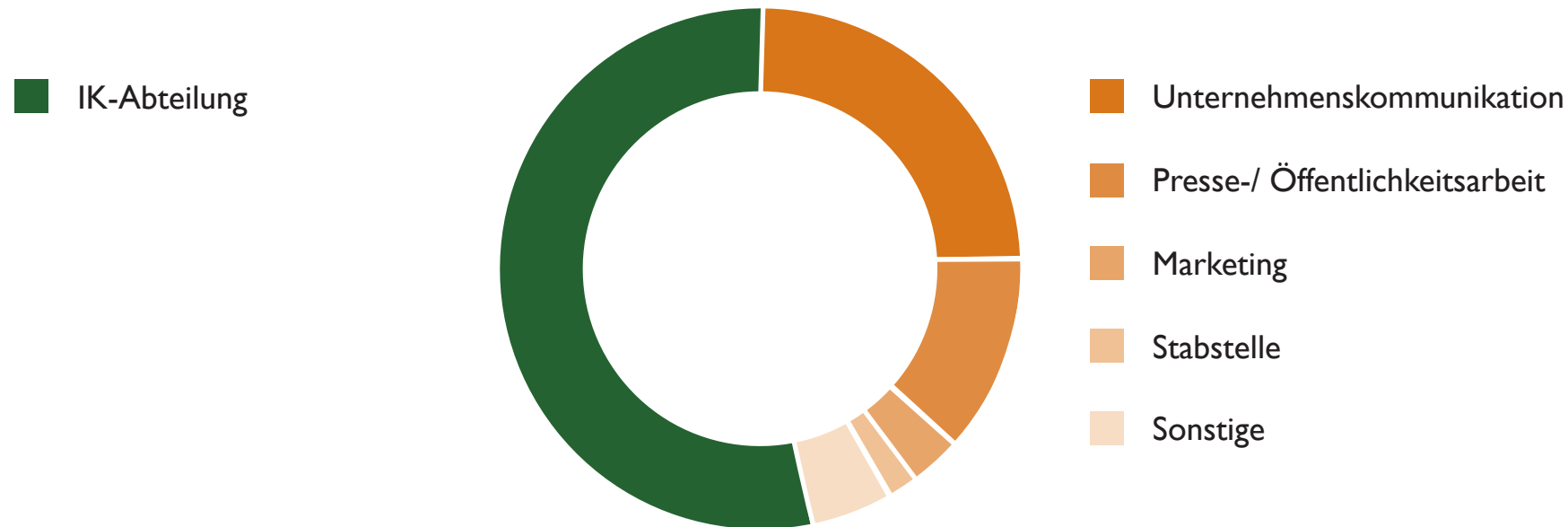


## Unternehmensinformationen: Größe

		Börsennotiertes Unternehmen	Nicht-börsennotiertes Unternehmen	Behörde/ politische Organisation/ Verband	Non-Profit-Organisation
Anzahl Mitarbeiter	Bis 500 (47)	2,1%	76,6%	12,8%	8,5%
	501 bis 2.500 (28)	10,7%	75%	7,1%	7,1%
	2.501 bis 5.000 (12)	58,3%	33,3%	0%	8,3%
	5.001 bis 10.000 (15)	33,3%	53,3%	6,7%	6,7%
	Mehr als 10.000 (39)	74,4%	17,9%	0%	7,7%

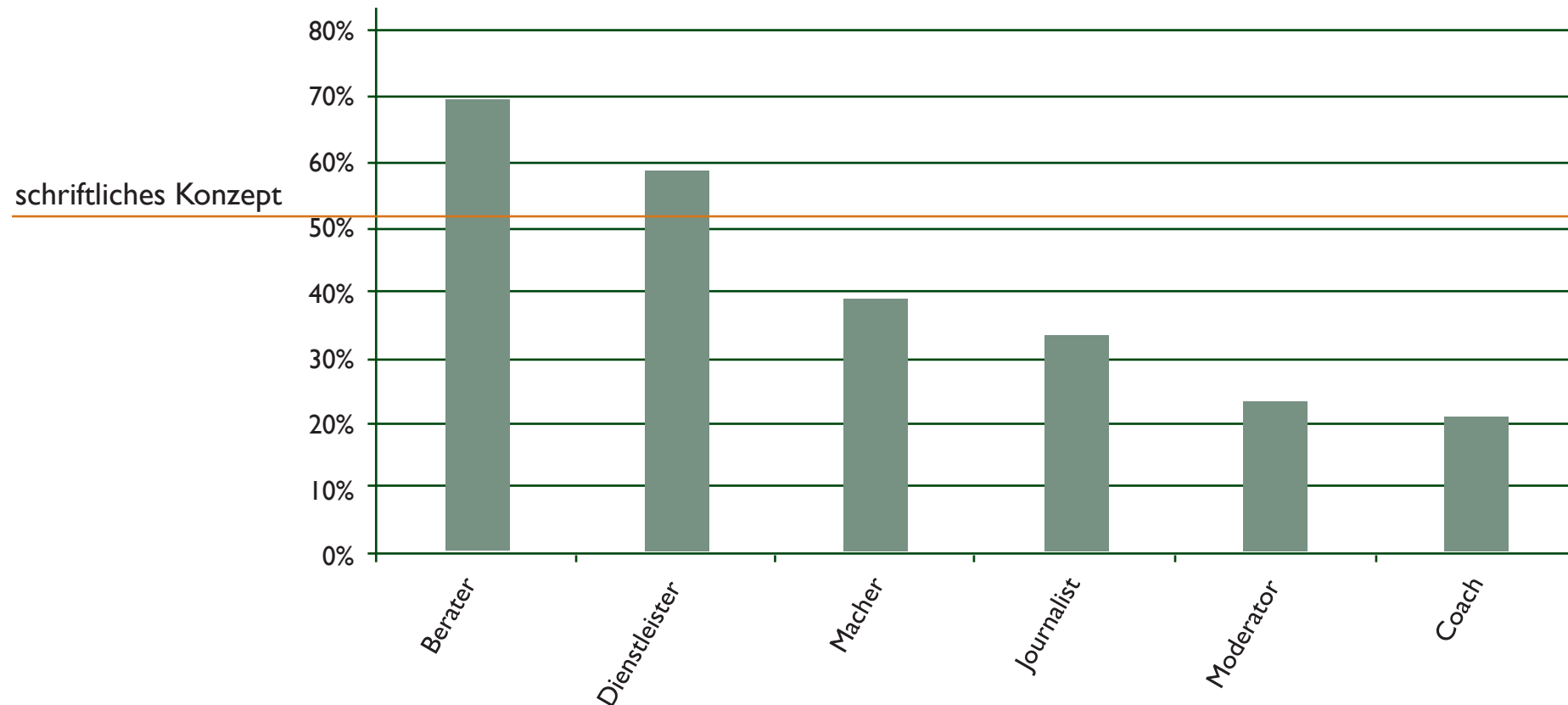
## Organisation der IK im Unternehmen

Gibt es in Ihrem Unternehmen/ Ihrer Organisation eine eigenständige Abteilung für Interne Kommunikation?



## Organisation der IK im Unternehmen

Rolle der internen Kommunikationsmanager aus eigener Sicht:

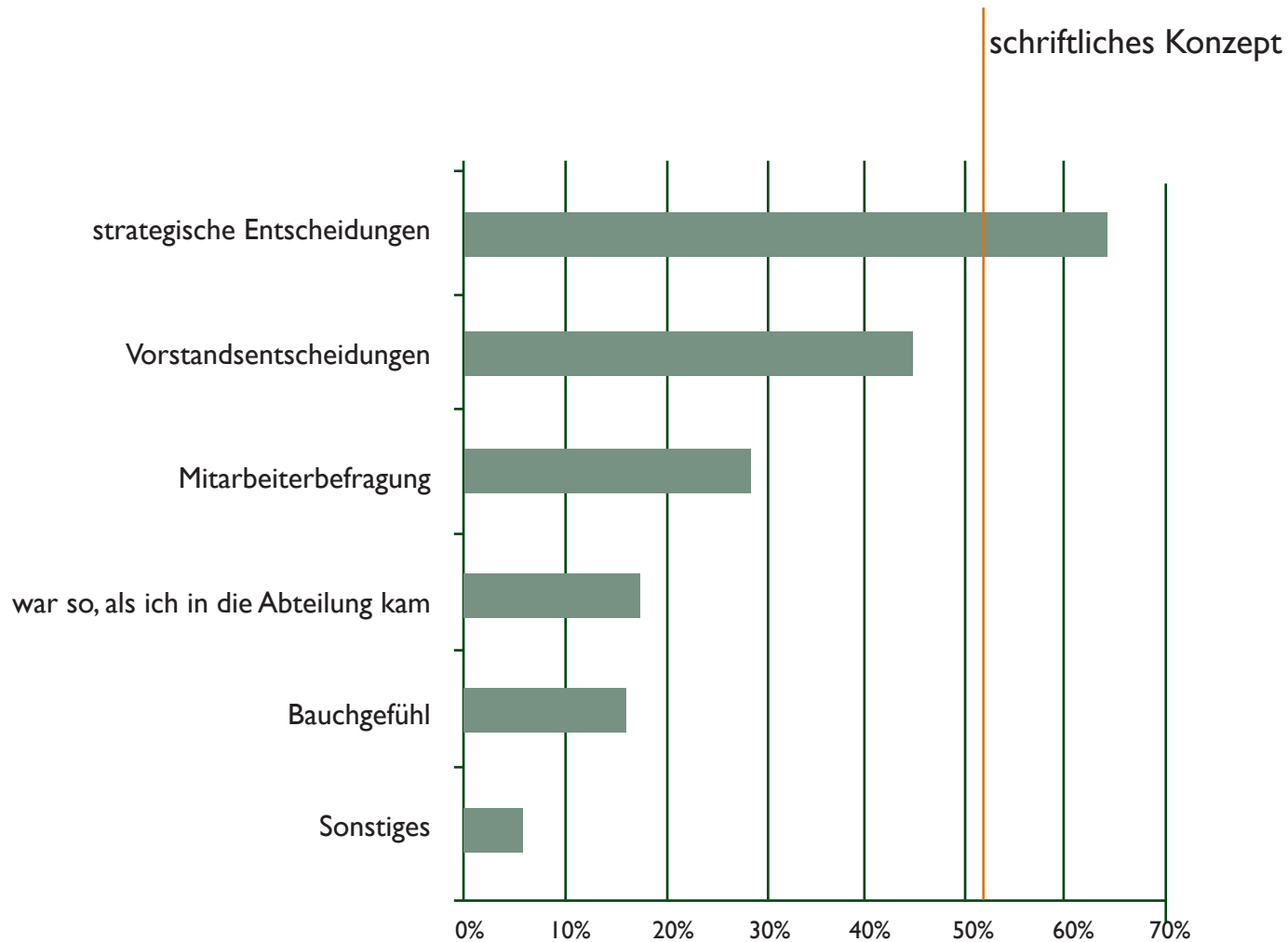


**Fazit:** Die Ergebnisse weisen auf eine veränderte Haltung der Kommunikationsmanager hin: weg vom Journalisten hin zum Berater.

Es ergibt sich eine Diskrepanz zwischen der Selbstwahrnehmung der Befragten und der Realität im Unternehmen: Über zwei Drittel der Teilnehmer sehen sich als Berater und knapp 60 % als Dienstleister. Ein schriftliches Konzept für ihre Arbeit gibt es jedoch nur in 52,4 % der Fälle.



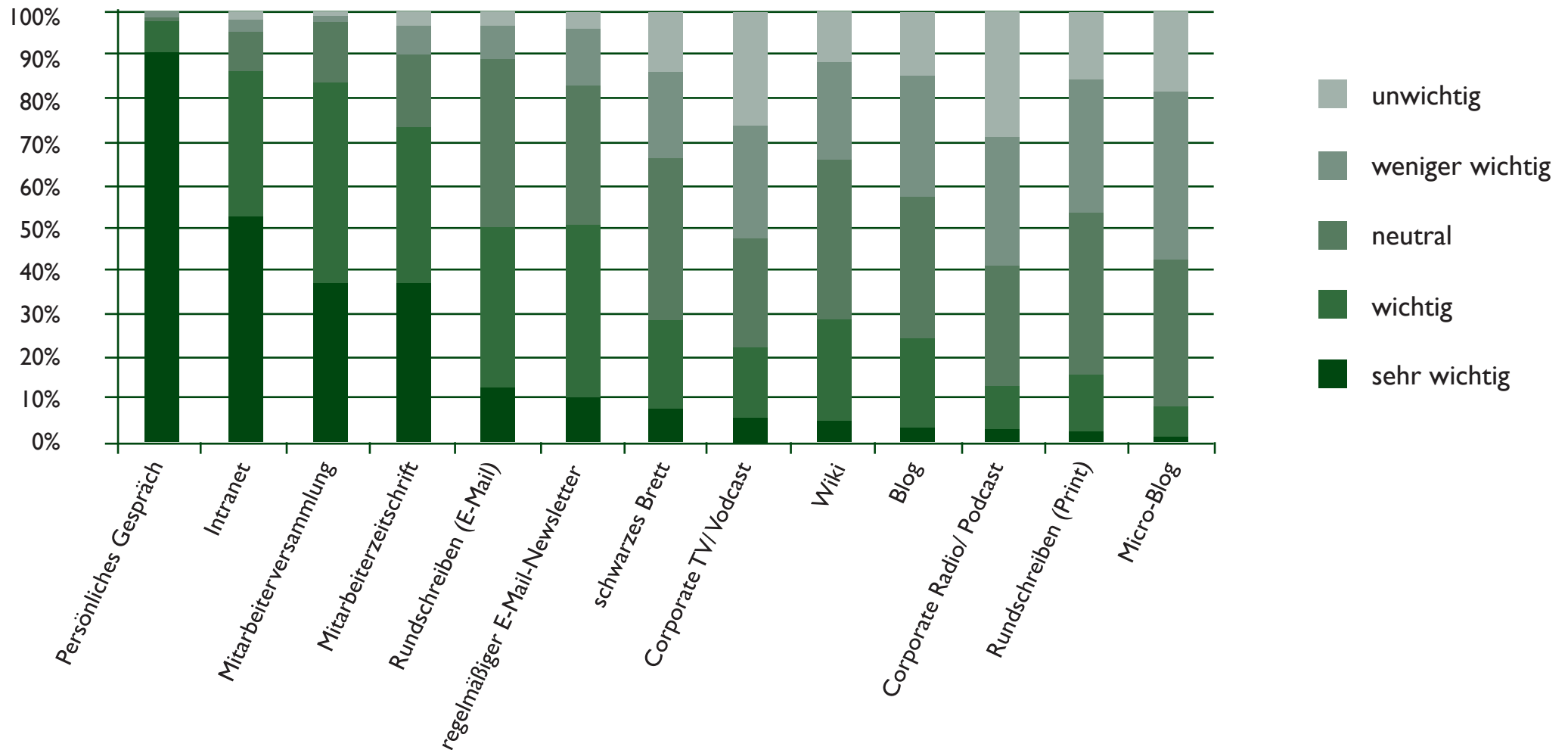
## Instrumente: Kriterien zur Medienwahl



**Fazit:** Knapp zwei Drittel der Befragten geben an, ihren Medieneinsatz strategisch zu wählen. Allerdings hat nur gut die Hälfte der Befragten ein schriftliches Konzept.

## Instrumente: Medieneinschätzung

Wie schätzen Sie persönlich die Wichtigkeit der verschiedenen Kommunikationskanäle ein?

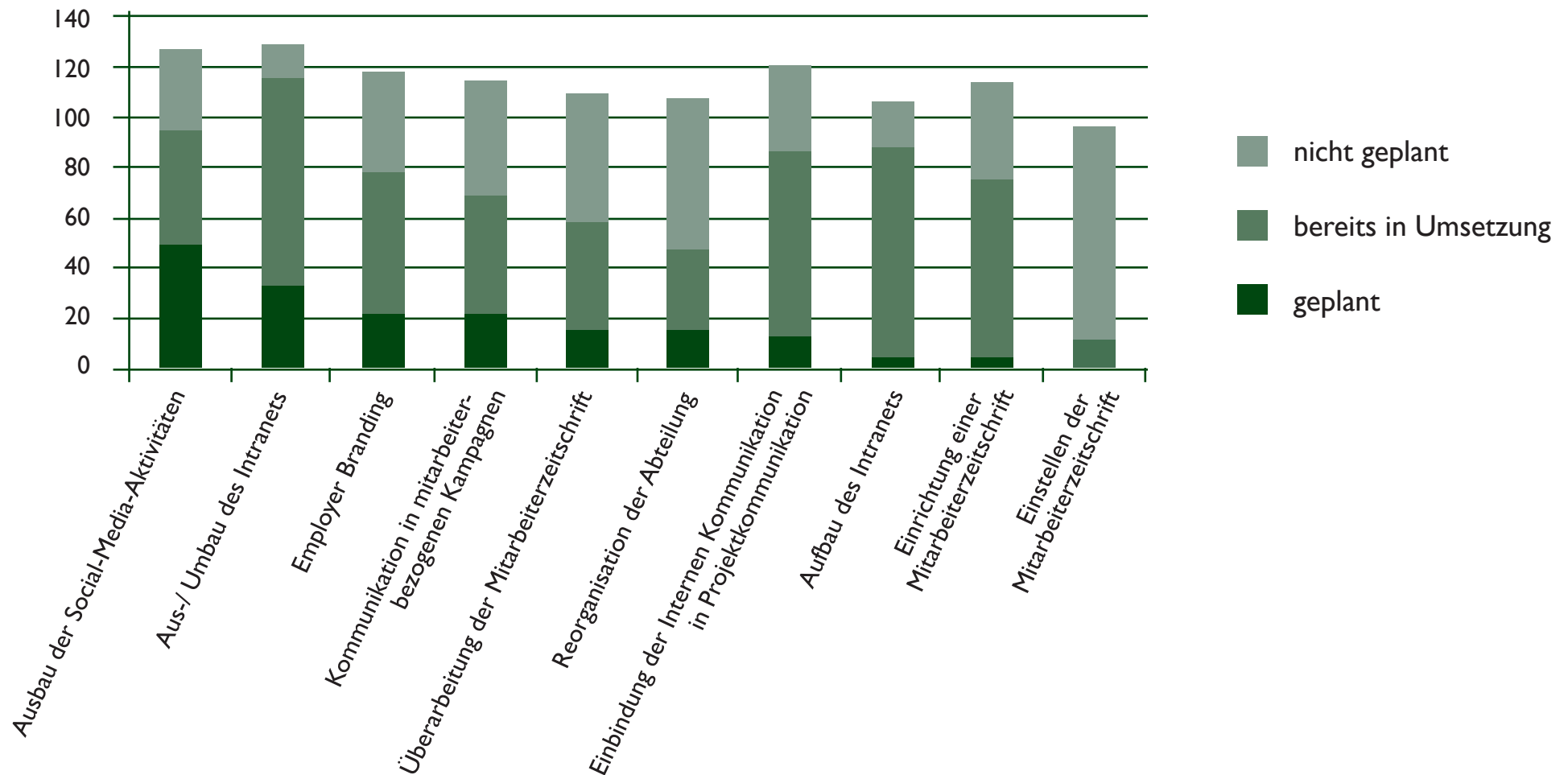


**Fazit:** Das persönliche Gespräch wird von allen Teilnehmern nach wie vor als am wichtigsten eingestuft. Dem Intranet kommt die zweithöchste Relevanz zu. Social Media-Tools wie Wiki oder Blog, die sich leicht damit verbinden lassen, werden als deutlich weniger wichtig angesehen.

## Projekte

Welche Projekte werden gerade in der Internen Kommunikation umgesetzt oder sind geplant?

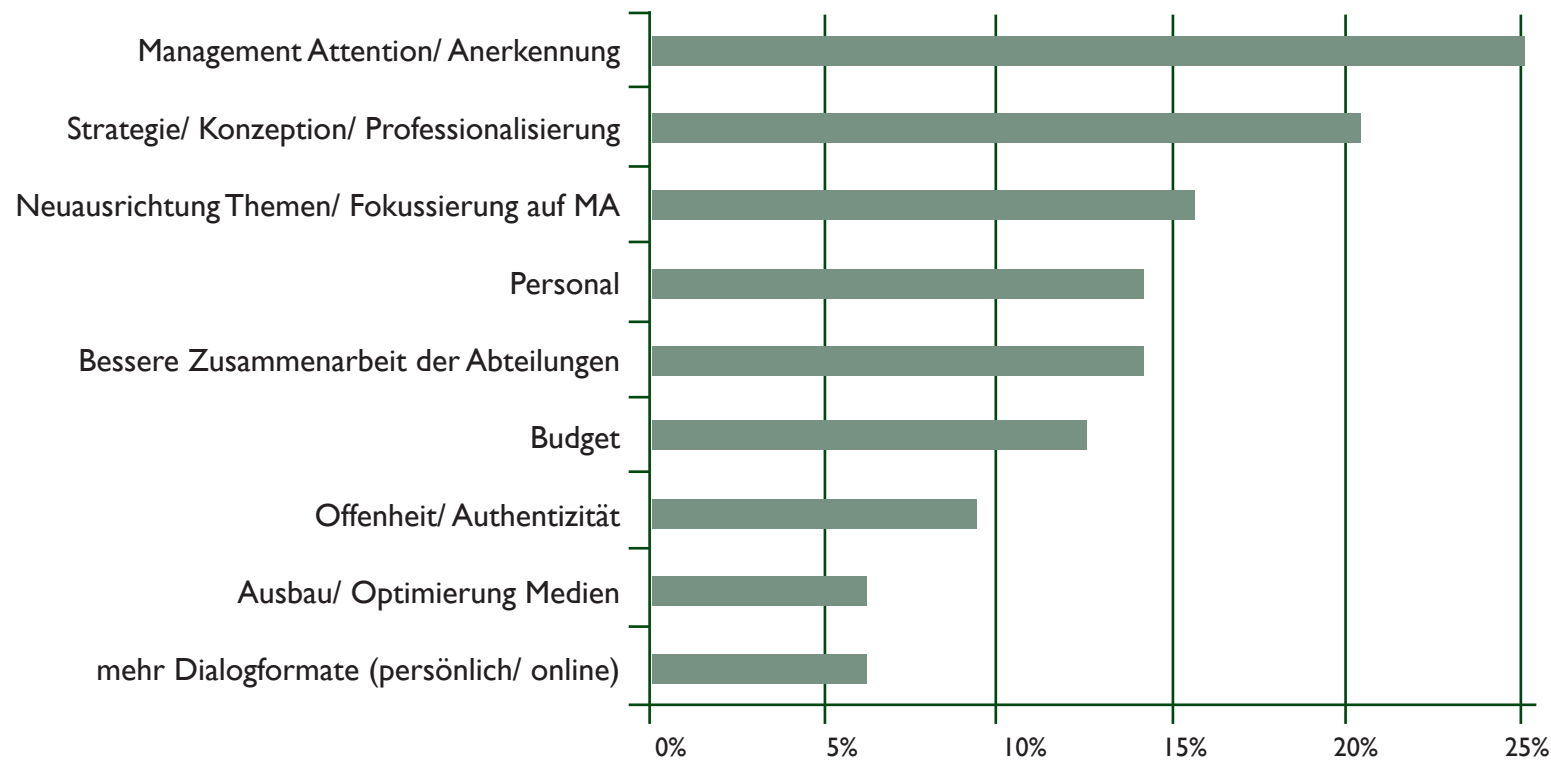
Anzahl Nennungen



**Fazit:** Die wichtigsten Themen sind erwartungsgemäß der Auf- und Ausbau des Intranets sowie der Social Media-Aktivitäten. Trotzdem ergibt sich daraus nicht unbedingt die befürchtete Einstellung des klassischen Mediums Mitarbeiterzeitschrift.

## Änderungswünsche: Übersicht

64 von 145 Teilnehmern gaben an, was sie an der Internen Kommunikation in ihrem Unternehmen/ ihrer Organisation gern ändern würden. Die Angaben bezogen sich am häufigsten auf folgende Kategorien:



## Änderungswünsche: Zitate

„Mehr Möglichkeiten, offen und transparent zu kommunizieren - mit den Mitarbeitern als wichtigste Zielgruppe aller Kommunikationsdisziplinen.“

„Häufiger die Mitarbeiter befragen, welche Informationen auf welchen Kommunikationswegen sie sich wünschen.“

„... Ich hätte gerne, dass FK [Führungskräfte] mehr auf die Expertise der Abteilung Interne Kommunikation vertrauen und sich beraten lassen. Ich hätte gerne eine stärkere Position in der Organisation.“

## Zusammenfassung: wichtigste Schlüsse

- Das Selbstbild der internen Kommunikationsmanager ändert sich: Der Trend geht weg vom Journalisten hin zum internen Berater.
- In Bezug auf die strategische Untermauerung der Arbeit in der IK zeigt sich eine Diskrepanz zwischen Einschätzung und Realität. So geben knapp zwei Drittel der Befragten an, ihre Instrumente strategisch auszuwählen, allerdings verfügt nur gut die Hälfte über ein schriftliches Konzept.
- Trotz des verstärkten Einsatzes von Intranet und Social Media ist aktuell kein vermehrtes Einstellen von Mitarbeiterzeit schriftlich zu verzeichnen.
- Der aktuell viel zitierte Social Media-Hype ist noch nicht in der Realität der Internen Kommunikation angekommen. Den Medien Wiki, Blog und Micro-Blog wird verhältnismäßig wenig Relevanz zugeschrieben, obwohl der Ausbau der Social Media-Aktivitäten in vielen Unternehmen geplant oder bereits in der Umsetzung ist.

Weitere Ergebnisse und Schlussfolgerungen aus dem Trendmonitor „Interne Kommunikation“ finden Sie in der vollständigen Auswertung, die ab dem 11. November 2010 für 95 € zum Verkauf angeboten wird.

Weitere Informationen und Bestellungen unter: [www.scmonline.de](http://www.scmonline.de)

## Kontaktaten



scm - school for communication and management  
Weichselstraße 6  
10247 Berlin  
[www.scmonline.de](http://www.scmonline.de)

**Ansprechpartner:**  
Lars Dörfel  
Tel.: 030/47989789  
Fax: 030/47989800  
E-Mail: [lars.doerfel@scmonline.de](mailto:lars.doerfel@scmonline.de)



Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.  
Marienstraße 24  
10117 Berlin  
[www.dprg.de](http://www.dprg.de)

**Arbeitskreis „Interne Kommunikation“**  
**Ansprechpartner:**  
Dr. Gerhard Vilsmeier  
Tel.: 08444/ 915987  
Mail: [vilsmeierpres@aol.com](mailto:vilsmeierpres@aol.com)

Janine Krönung  
Tel.: 069/ 27222 69291  
E-Mail: [j.kroenung@ing-diba.de](mailto:j.kroenung@ing-diba.de)



Verlag Rommerskirchen GmbH & Co KG  
Rolandshof  
53424 Remagen  
[www.prmagazin.de](http://www.prmagazin.de)

**Ansprechpartner:**  
Wolf-Dieter Rühl  
Tel: 02228/931-136  
Fax: 02228/931-137  
E-Mail: [ruehl@rommerskirchen.com](mailto:ruehl@rommerskirchen.com)