



Ein Blick voraus - Neue Rollen von Kommunikationsfachleuten

PROL-Anlass, 7. Juli 2022

Markus Niederhäuser | Pia Krisch

IAM @ ZHAW



Markus Niederhäuser, MA
Leiter Weiterbildung IAM
Leiter MAS in Communication Management and Leadership
Dozent und Berater für Organisationskommunikation
Tel. direkt: +41 58 934 77 53
Mobil +41 79 519 38 76
markus.niederhaeuser@zhaw.ch

Ausbildung



Weiterbildung

MAS
Communication
Management and
Leadership

Master of Advanced Studies

Forschung

zhaw Angewandte Linguistik

Markus Niederhäuser
Nicole Rosenberger

Kommunikation in der digitalen Transformation

Bestandsaufnahme und Entwicklungsbedarf des strategischen Kommunikationsmanagements von Wirtschaftsunternehmen, Verwaltungen und Non-Profit-Organisationen in der Schweiz

in Zusammenarbeit mit
HARBOURCLUB

Working Papers
in Applied
Linguistics 15

Zürcher Fachhochschule

Beratung



Kommunikation @ RCH

4 Teams:

Digitale
Livekommunikation

Marktkommunikation

Medienstelle und
Finanzkommunikation

Strategiekommunikation

Auftrag: Wir bauen die Reputation von Raiffeisen aus, indem wir den Dialog mit den Stakeholdern führen und aktiv Themen mit Wertsteigerungspotenzial bespielen. Wir zeigen, dass Raiffeisen Kompetenz sowohl in traditionellen als auch in neuen Geschäftsfeldern hat. Wir stellen sicher, dass die gruppenrelevante interne und externe Kommunikation der DNA von Raiffeisen entspricht.





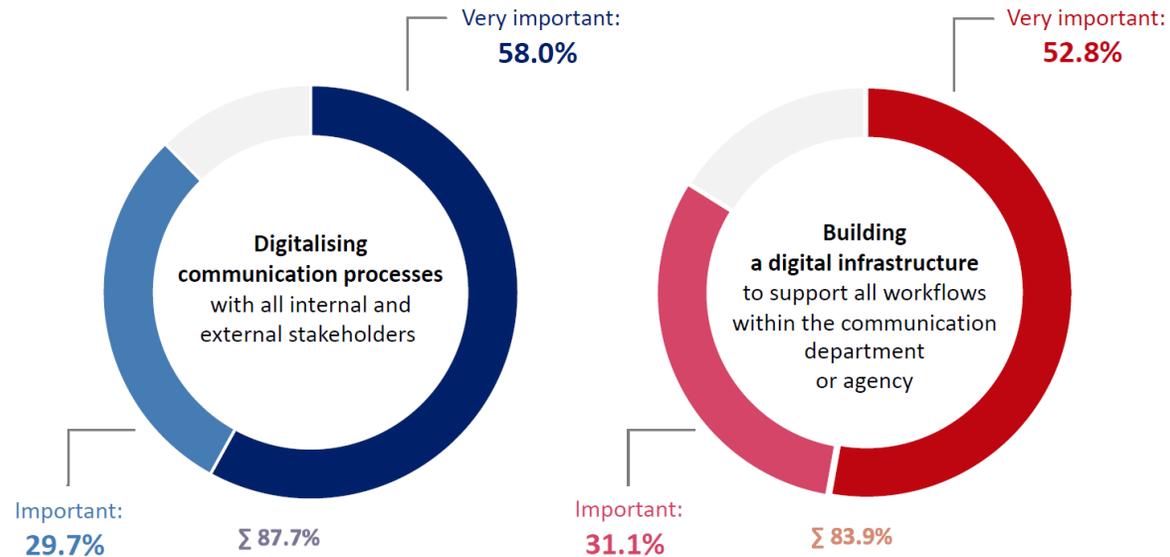
1. Storytelling eats Technology for Breakfast.

Storytelling eats Technology for Breakfast.

EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2021

Digitalising stakeholder communications and internal workflows is a top priority for a large majority of communication departments and agencies across Europe

Importance of digitalising stakeholder communications and building a digital infrastructure



www.communicationmonitor.eu / Zerfass et al. 2021 / n = 2,664 communication professionals. Q1: Most communication departments and agencies use software applications and digital services to support stakeholder communications and internal workflow. The Covid-19 pandemic and trends towards more agility and virtual collaboration speed up this development. But it doesn't mean that such investments and changes are always necessary to meet goals and expectations. How important are the following aspects for the success of your communication department or agency? Scale 1 (Not important) – 5 (Very important).

Framework der Unternehmenskommunikation

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

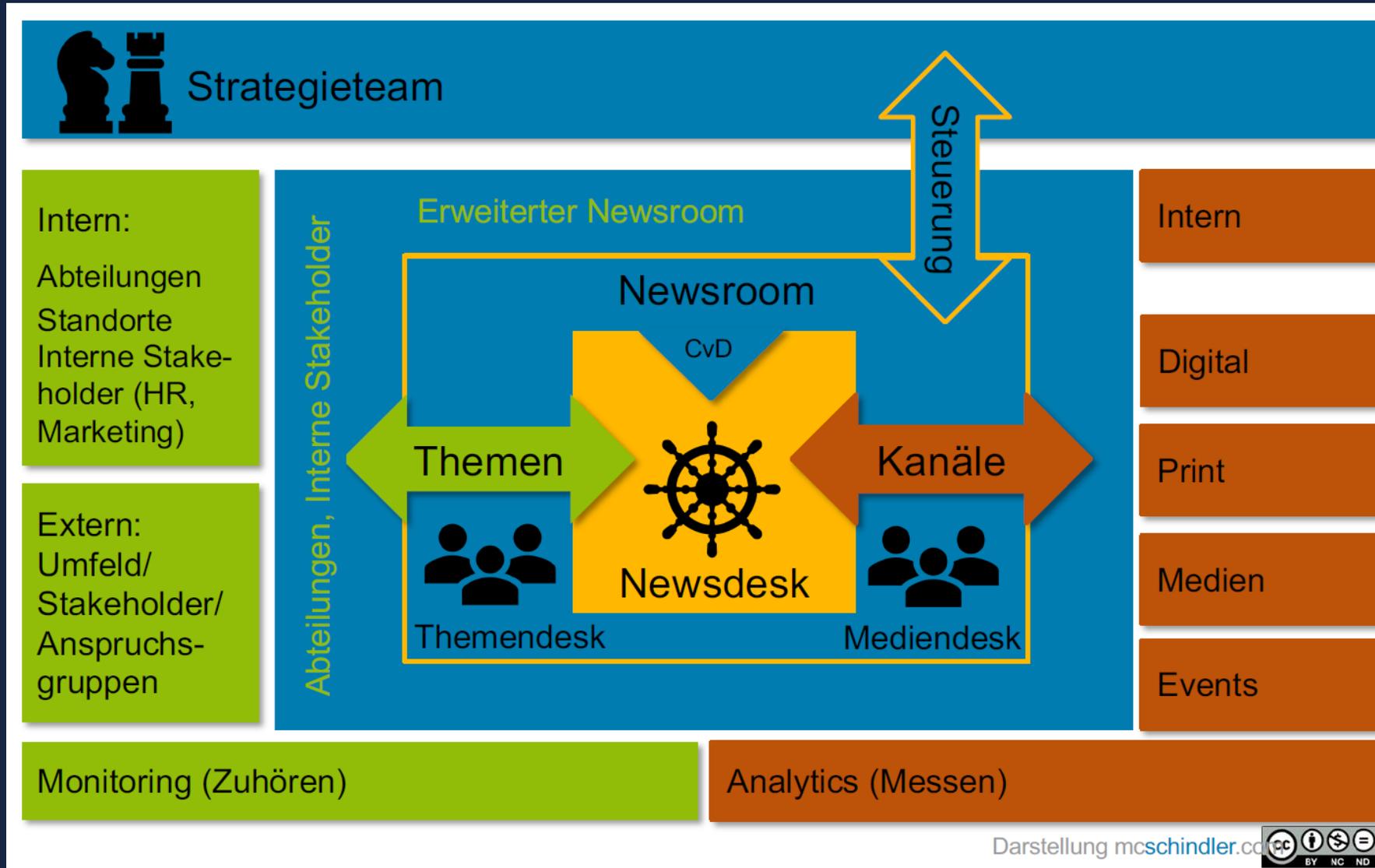


2.

Es hat wie bisher Platz für Alleskönner und Spezialistinnen. Digitale Basiskompetenzen brauchen aber alle.



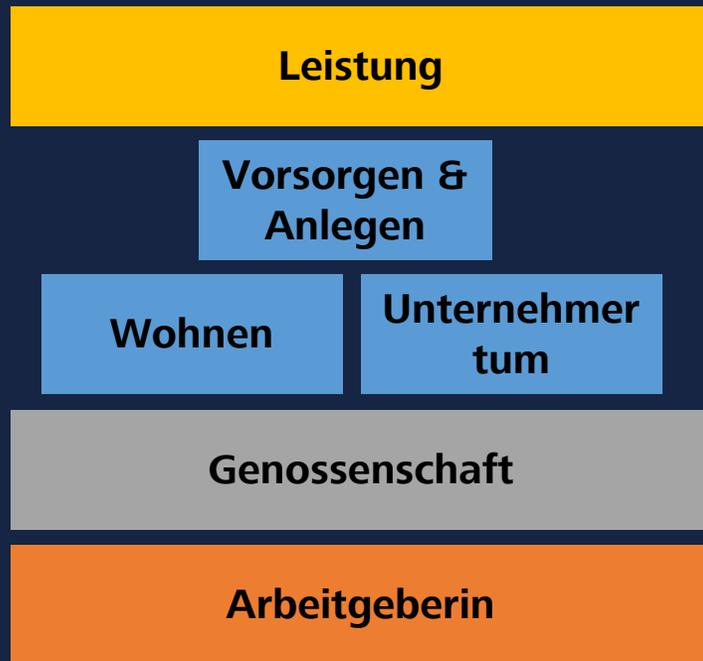
Es hat wie bisher Platz für Alleskönner und Spezialistinnen.
Digitale Basiskompetenzen brauchen aber alle.



Es hat wie bisher Platz für Alleskönner und Spezialistinnen.
Digitale Basiskompetenzen brauchen aber alle.

Kommunikationsstrategie & Zielbild, Themenkonzepte, Board Positionen

Themenmanager



Spezialisten



Kanäle



Controlling, Analytics

3.

Die Coaching- und
Beratungsrolle wird
wichtiger
im Vergleich zur reinen
Kommunikationsrolle.



Coaching- und Beratungsrolle der Kommunikationsleute wird wichtiger im Vergleich zur reinen Kommunikationsrolle.



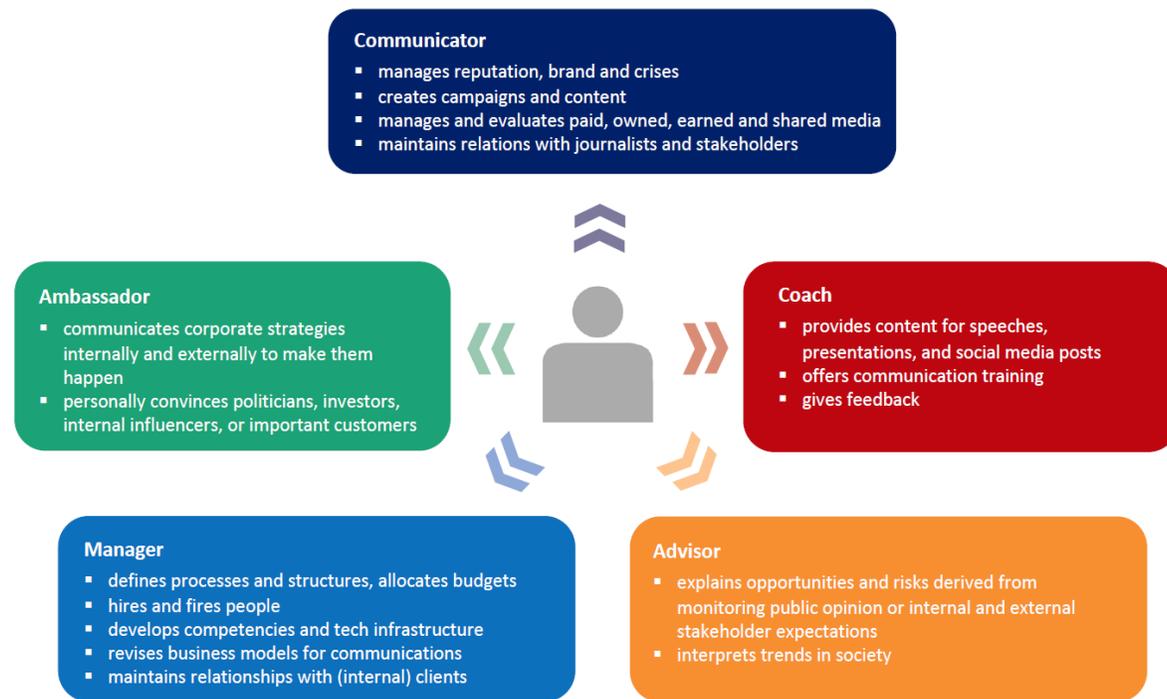
Heinz Huber Prof. Dr. Pascal Gantenbein Thomas A. Müller

Thomas Rauber Dr. Beat Schwab Rolf Walker

Coaching- und Beratungsrolle der Kommunikationsleute wird wichtiger im Vergleich zur reinen Kommunikationsrolle.

EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2021

Communication practitioners take on different roles simultaneously in their daily work

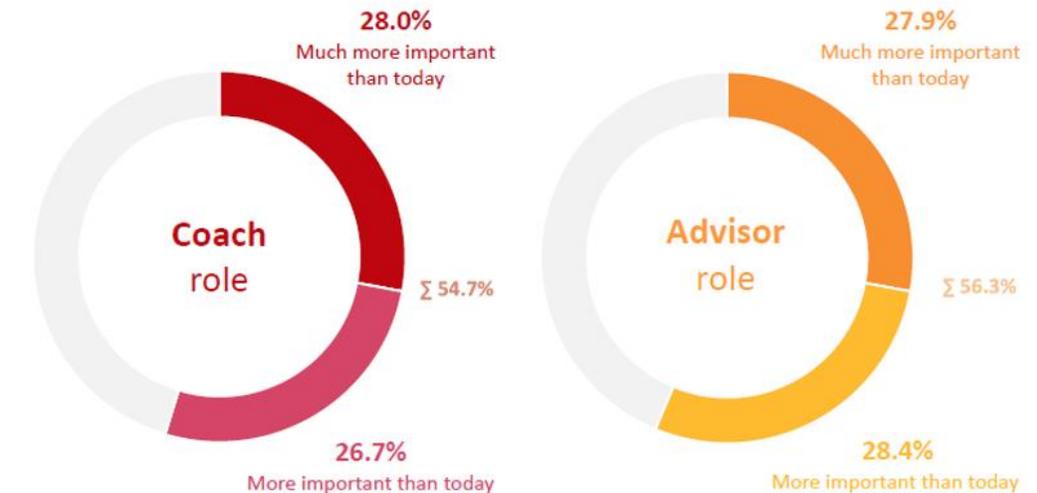


www.communicationmonitor.eu / Zerfass et al. 2021 / n = 2,664 communication professionals. Q15: Communication professionals deal with a broad variety of tasks and activities. Please consider your own role(s) within your communication department or agency in a typical week.

EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2021

A closer look at coaching and advising in communications:
Both roles are expected to rise strongly in importance in the near future

Changing importance of roles for communication practitioners in the next three years



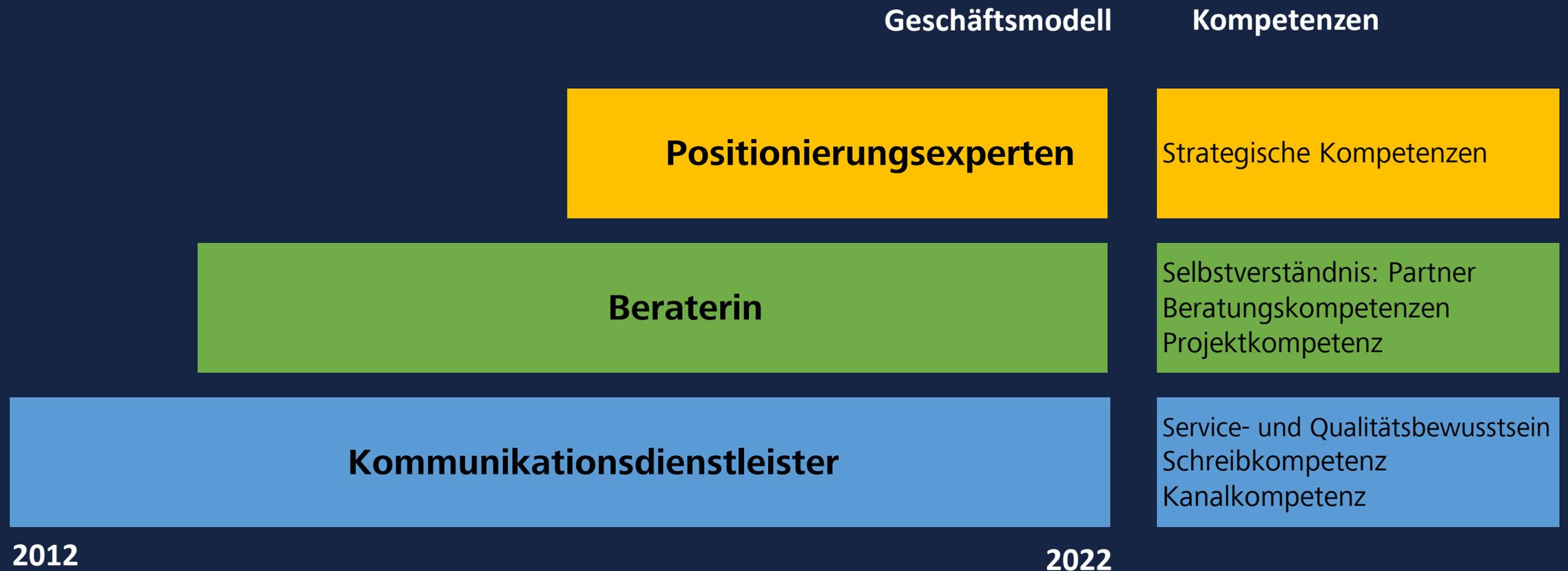
www.communicationmonitor.eu / Zerfass et al. 2021 / n = 2,664 communication professionals. Q17: We'd like to focus a bit more on the coaching and advising roles. How important will these roles become in the next three years for yourself or for somebody else working in your current position? Scale 1 (Far less important than today) – 7 (Much more important than today).

4.

Welche Kompetenzen
man zukünftig braucht,
hängt vom
Geschäftsmodell der
Kommunikation ab.



Welche Kompetenzen man zukünftig braucht, hängt vom Geschäftsmodell der Kommunikation ab.



Welche Kompetenzen man zukünftig braucht, hängt vom Geschäftsmodell der Kommunikation ab.

Megatrend: vom Dienstleister zum aktiven Berater und Kommunikator

ausführen



gestalten

umsetzen



beraten

bremsen



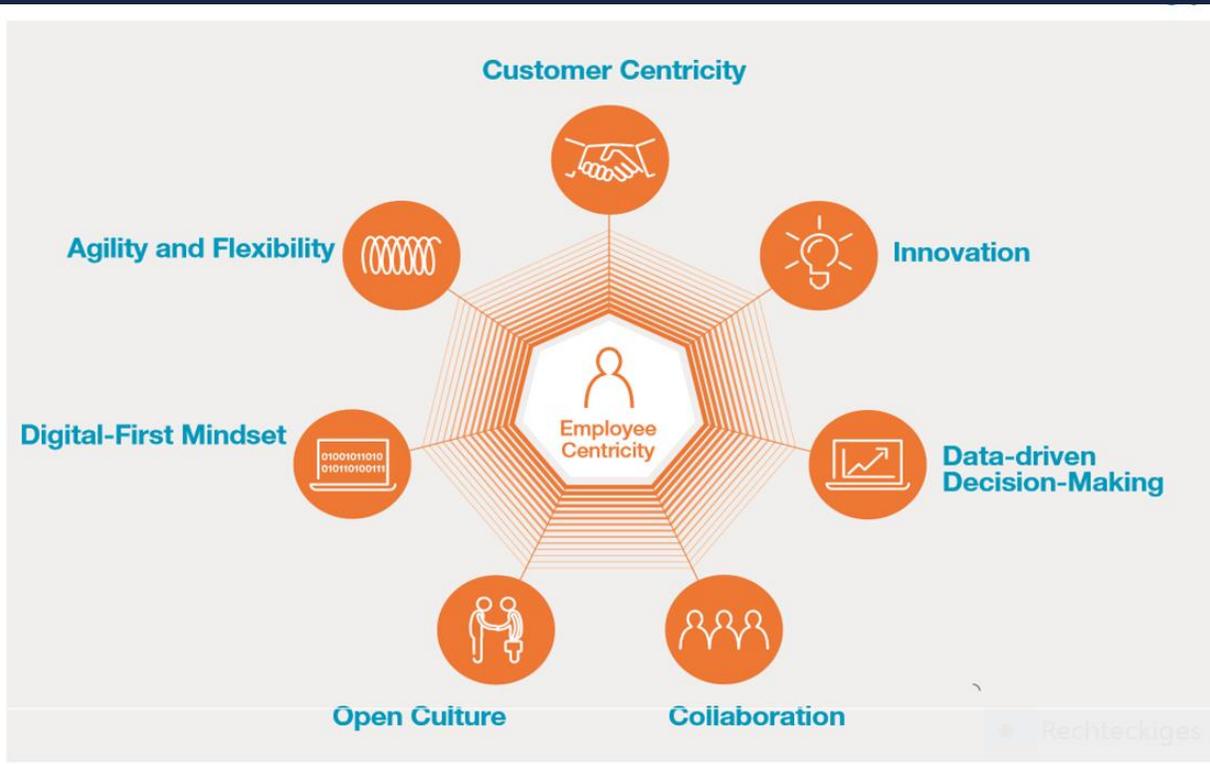
befähigen

5.

Die Kultur der Organisation setzt die Rahmenbedingungen, die Haltung des Einzelnen definiert den Möglichkeitsraum.



Die Kultur der Organisation setzt die Rahmenbedingungen, die Haltung des Einzelnen definiert den Möglichkeitsraum.



(Quelle: Capgemini 2017: The Digital Culture Challenge: Closing the Employee-Leadership Gap)

Kultur



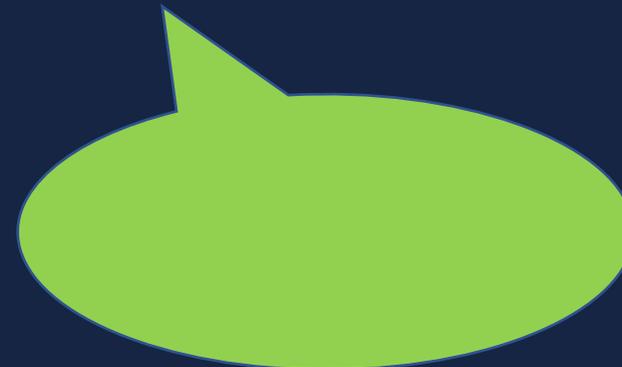
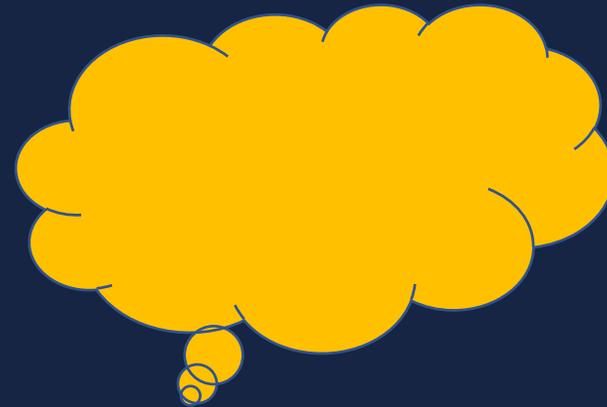
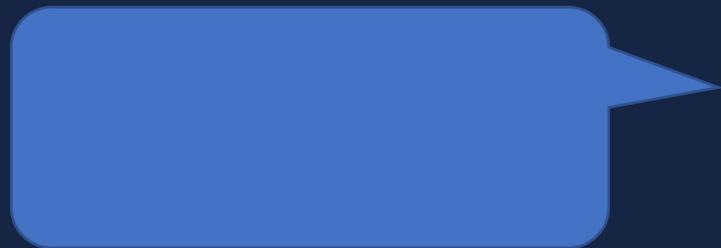
DIKO-Studie 2018

Individuelle Kompetenzen

Die Kultur der Organisation setzt die Rahmenbedingungen, die Haltung des Einzelnen definiert den Möglichkeitsraum.



Herzlichen Dank für eure Aufmerksamkeit!
Zeit für Fragen, Gedanken, Austausch....





Einladung zum Apéro riche