

Interne Kommunikation
in Zeiten stetiger Veränderung

Erarbeitung eines zukunftsfähigen Kommunikationsmodells für kleine Retailbanken
und Ableiten von Handlungsempfehlungen für die Obwaldner Kantonalbank

Béatrice Sidler-Gisler
beatrice.sidler@owkb.ch

Ausgangslage

Die Finanzdienstleistungsbranche ist aufgrund von neuen Kommunikationstechnologien, intensivem Wettbewerb und Regulierungen einem steten Wandel unterworfen. Dieser Wandel hat Auswirkungen auf die interne Kommunikation (IK). Diese Arbeit befasst sich mit der Frage, wie ein zukunftsfähiges, internes Kommunikationsmodell für kleine Retailbanken in Zeiten stetiger Veränderung aussehen könnte.

Forschungsfragen:

- 1. Analyse: Warum ist die IK bei kleinen Retailbanken so wichtig? Was sind Herausforderungen, was Erfolgsfaktoren?
- 2. Entwicklung: Wie könnte ein zukunftsfähiges, internes Kommunikationsmodell aussehen, welches zum Umgang mit stetigen Veränderungen beiträgt?
- 3. Umsetzung: Welche Handlungsanweisungen lassen sich aus diesem Modell ableiten?

Methode

Analyse verschiedener theoretischer Modelle und deren Synthese. Logische Herleitung der Antworten auf die Fragestellungen.

Literatur

Bruhn, M. (2005). *Unternehmens- und Marketingkommunikation: Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement*. München: Verlag Franz Vahlen GmbH.

Doppler, K. & Lauterburg, Chr. (2008). *Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten*. 12. aktualisierte und erweiterte Auflage. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

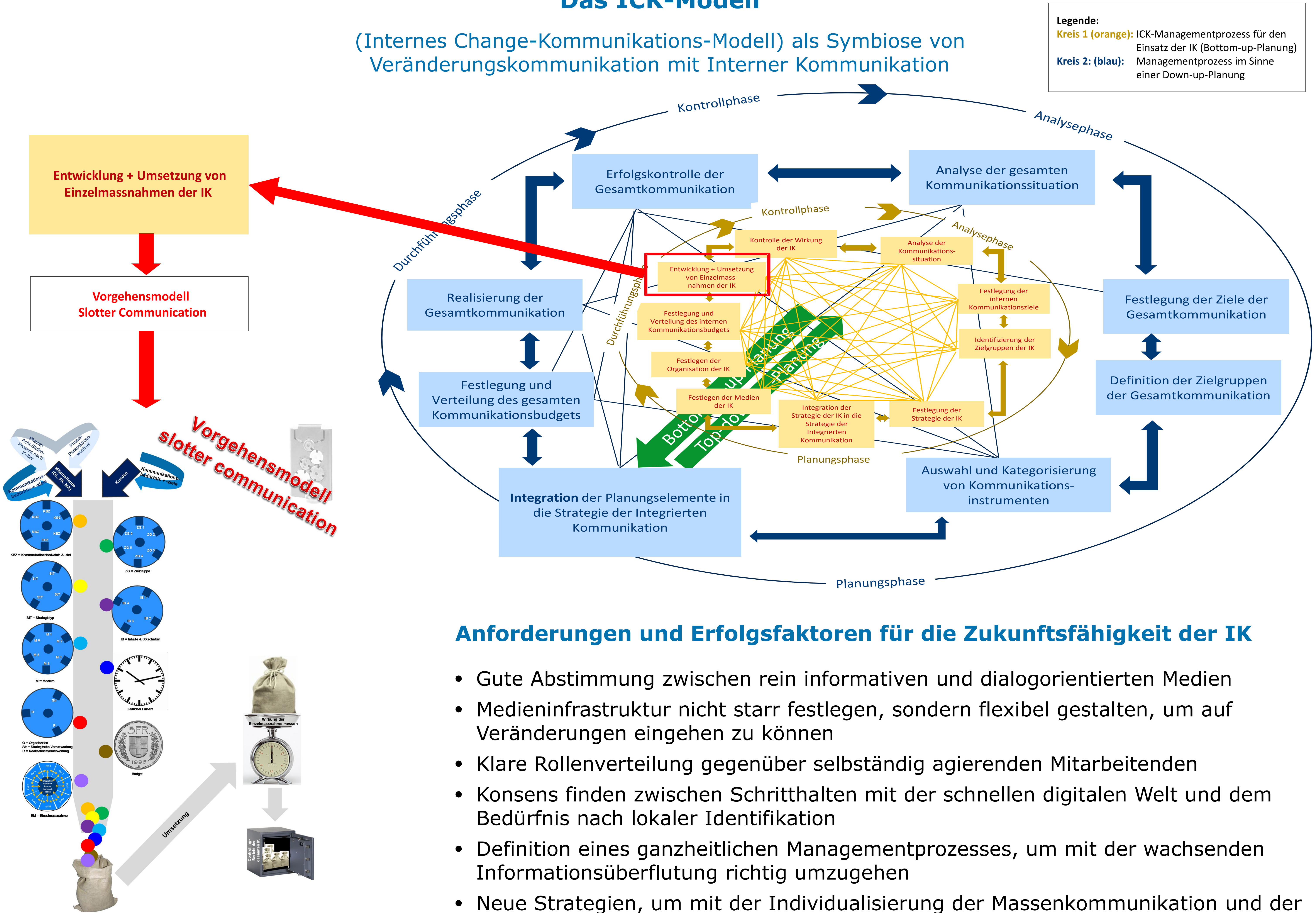
Königswieser, R., Cichy, U., & Jochum, G. (Hrsg.) (2001). *SIMSabalim: Veränderung ist keine Zauberei, Systemisches IntegrationsManagement*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Lehky, M. (2011). *Leadership 2.0: Wie Führungskräfte die neuen Herausforderungen im Zeitalter von Smartphone, Burnout & Co. managen*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

Ergebnisse und Diskussion

Das ICK-Modell

(Internes Change-Kommunikations-Modell) als Symbiose von
Veränderungskommunikation mit Interner Kommunikation



Anforderungen und Erfolgsfaktoren für die Zukunftsfähigkeit der IK

- Gute Abstimmung zwischen rein informativen und dialogorientierten Medien
- Medieninfrastruktur nicht starr festlegen, sondern flexibel gestalten, um auf Veränderungen eingehen zu können
- Klare Rollenverteilung gegenüber selbständig agierenden Mitarbeitenden
- Konsens finden zwischen Schritthalten mit der schnellen digitalen Welt und dem Bedürfnis nach lokaler Identifikation
- Definition eines ganzheitlichen Managementprozesses, um mit der wachsenden Informationsüberflutung richtig umzugehen
- Neue Strategien, um mit der Individualisierung der Massenkommunikation und der unterschiedlichen Interaktivität Schritt zu halten
- Durch Glaubwürdigkeit entscheidend zur One Voice Policy beitragen

Abb. 1: ICK-Modell, Eigene Darstellung, in Anlehnung an Bruhn, M. (2005), S. 151.