

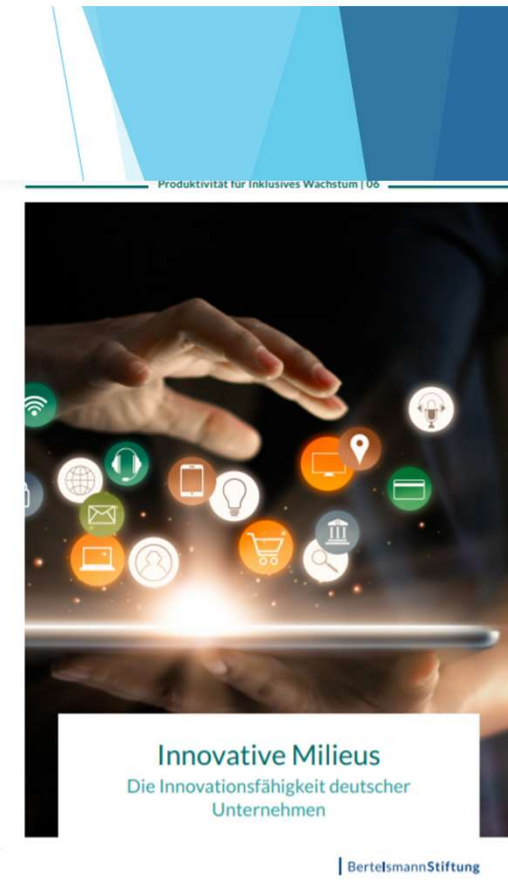
Innovationen kommunizieren

Labor für Kommunikation, Dr. Jörg Wetterau

Innovationsfähigkeit von Unternehmen

Bertelsmann-Stiftung: Innovative Milieus - Die Innovationsfähigkeit deutscher Unternehmen (Oktober 2019)

- ▶ Nur **25 % der deutschen Unternehmen** zeichnen sich durch Innovationsfreude und Technologieführerschaft aus. Stichwort: „Disruptive Innovatoren“ (Chemie, Pharma, Metall- und Elektronikindustrie)
- ▶ In fast 50 % werden Innovationen dagegen nicht aktiv oder bewusst vorangetrieben. Es fehlen Risikobereitschaft und eine Innovationskultur, die Mitarbeiter ermutigt, neue Wege zu gehen.
- ▶ Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sollten – um zukunftsfähig zu bleiben - gezielt in ihre Innovationsfähigkeit und in die digitale Transformation investieren, ergo auch in **begleitende Innovationskommunikation!**
- ▶ **Fakt:** Die **interne Kommunikation und speziell die Innovationskommunikation** wird vor allem in kleinen und mittelständischen Unternehmen als Wettbewerbsfaktor unterschätzt!



Innovationsmanagement braucht Innovationskommunikation

- ▶ Innovationsmanagement und Innovationsprozesse haben einen hohen Koordinierungsbedarf, um interne Widerstände zu überwinden und neue Ideen bis zur Marktreife entwickeln zu können.
- ▶ Innovationskommunikation ist hier wichtig, um die Koordinationsfunktionen zu begleiten und zu unterstützen.
- ▶ Interne & externe Kommunikation hat beim **Innovationsmanagement 4.0** eine besondere Bedeutung:
 - ▶ Als Querschnittsfunktion zwischen allen beteiligten Personen und Abteilungen ist es ihre Aufgabe, dafür zu sorgen, dass wichtige Informationen immer zur richtigen Zeit an der richtigen Stelle in passender Qualität allen Beteiligten zur Verfügung stehen.

Herausforderungen der Innovationskommunikation

- ▶ **Innovationen und Technologiekompetenz** sind entscheidende Faktoren im Wettbewerb um internationale Märkte.
- ▶ **Transparente und verständliche Kommunikation von innovativen Themen** wird immer wichtiger.
- ▶ Kommunikation und ihre **strategische Einbindung in Innovationsprozesse** bekommen eine wachsende Bedeutung.
- ▶ Im Zeitalter des Überangebots an Informationen **Aufmerksamkeit erzeugen** – die digitale Währung des 21. Jahrhunderts.
- ▶ **Vorbereitendes Agenda-Setting für Innovationsthemen** – Themen aktiv besetzen, Betroffene überzeugen und sich in einer bestehenden Themen- und Interessenslandschaft positionieren.

Ziele & Aufgaben der Innovationskommunikation

- ▶ Sie fördert Ihr **Image als Technologieführer** und positioniert Sie als innovatives Unternehmen und attraktiven Arbeitgeber.
- ▶ Sie schafft ein **Klima für Innovationen** in Ihrem Unternehmen und stärkt nachhaltig Ihre Innovationskraft.
- ▶ Sie macht Ihr Produkt/Ihre Innovation als Marke bekannter.
- ▶ Sie zeigt den **Leistungsbeitrag und gesellschaftlichen Nutzen** Ihrer Produkte, Technologien und Innovationen.
- ▶ Sie stellt Ihr **technologisches Know-how und Ihre Kompetenz** verständlich und glaubwürdig dar.
- ▶ Sie übersetzt Ihre **Fachsprache in verständliche Sprache** und erzeugt spannende, informative Geschichten und Anwender-/Nutzerstories.
- ▶ Denn **nur wer versteht, kann auch überzeugt werden!**

Wie geht Innovationskommunikation? Erfolgsfaktoren

- ▶ Zeigen Sie die Personen hinter der Entwicklung/Innovation - **Heldengeschichten**
- ▶ Schreiben Sie Anwenderreportagen über Kunden mit beispielhaften Erfolgen - **Erfolgsgeschichten**
- ▶ Verdeutlichen Sie den Nutzen und Wert Ihrer Innovation durch Infografiken, Schaubilder - **Bildergeschichten**
- ▶ Stellen Sie Ihre Innovation unterhaltend und spannend dar, durch Storytelling und Scrollytelling – **interaktive Sachgeschichten**
- ▶ Nutzen Sie alle verfügbaren Medienkanäle und denken Sie mit einem **360° Blick** an Ihre verschiedenen Zielgruppen und Ihre Community
- ▶ *Innovationskommunikation muss die Waage zwischen Unterhaltung (Emotionalität) auf der einen und Glaubwürdigkeit, Seriösität, Relevanz und Informationsgehalt (Rationalität) auf der anderen Seite halten.*

Employer Branding & Innovationskommunikation

- ▶ In Zeiten des demografischen Wandels und Fachkräftemangels positionieren sich viele Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber.
- ▶ In Zeiten von Corona erst recht eine Überlebensstrategie für gebeutelte Unternehmen, die frische, innovative Köpfe für die Zukunftsgestaltung benötigen.
- ▶ Innovationsgetriebene Unternehmen sind als Arbeitgeber für viele Beschäftigte besonders attraktiv. Deshalb sollte die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens in die Arbeitgebermarke einfließen, um aus Sicht der BewerberInnen dieses wichtige Kriterium bei der Arbeitgebersuche zu erfüllen.
- ▶ Innovationen sind Erfolg versprechende Themen der Unternehmenskommunikation. Damit stellen sich Unternehmen als innovative Vorreiter dar und können sich sowohl bei (potenziellen) KundInnen auch bei Beschäftigten positionieren.
- ▶ **Innovationskommunikation zahlt damit auf die Unternehmens-, die Produkt- und die Arbeitgebermarke ein.**

Erfolgreiche Innovationskommunikation ...

- ▶ ... ist keine Arbeit, die mal so nebenbei erledigt werden kann!
- ▶ ... erfordert fachliches Know how und fundiert ausgebildete Mitarbeiter oder kompetente Freelancer / Ghostwriter
- ▶ ... benötigt einen l a n g e n Atem!
- ▶ ... steigert l a n g f r i s t i g den Unternehmenserfolg!
- ▶ ... schafft Werte und Vertrauen intern bei Entwicklern & Mitarbeitern und extern bei Kunden, Shareholdern & Öffentlichkeit
- ▶ ... erzeugt ein Klima für Innovationen im Unternehmen und stärkt die Innovationskraft
- ▶ ... begleitet den kompletten Weg von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt / Anwendung

**Innovationskommunikation ist nicht alles,
aber ohne Kommunikation ist Innovation nichts!**

Und nun komme ich ins Spiel

**Zuhören, fragen und verstehen.
Kompliziertes verständlich kommunizieren.**

- ▶ Gute Kommunikation ist wie ein gelungenes Experiment. Es kommt auf die passenden Zutaten und die richtige Strategie an.
- ▶ Es bedarf etwas Zeit und Überlegen, bis alles gut miteinander kombiniert ist und am Ende ein harmonisches und funktionierendes Produkt entsteht.
- ▶ www.labor-für-kommunikation.de
- ▶ Twitter: @kommlabor



Labor für
Kommunikation
Technologie ■ Innovation ■ Wissenschaft

Kompliziertes verständlich kommunizieren.

Technologie: Was kann ich für Sie tun?

- ▶ **B2B-Unternehmen (Start-ups, Hidden Champions, KMUs)** benötigen kommunikative Unterstützung, um mit starken Statements ihre Technologien und den Nutzen ihrer Produkte verständlich für Kunden und die Öffentlichkeit zu erklären.
- ▶ **Ziel:** Durch Informationen und offenen Dialog **ein positives Image und Vertrauen aufbauen** sowie den Bekanntheitsgrad von Firmen, Produkten und Verfahren steigern.
- ▶ Ich helfe Ihnen dabei, Ihre **Fachsprache in verständliche Sprache** und spannende, **informative Anwendergeschichten** zu gießen.
- ▶ Ich unterstütze Sie gerne **in allen Facetten der Technologiekommunikation.**
- ▶ **Nur wer versteht, kann auch überzeugt werden.**



Innovation: Was kann ich für Sie tun?

- ▶ Innovation ist, wenn der Markt Hurra schreit und Ihr Produkt den Weg zum Kunden findet. Für diesen Erfolg müssen Sie **auf Ihre Innovation aufmerksam machen** und den Nutzen für Ihre Kunden und die Gesellschaft zeigen.
- ▶ **Open Innovation:** Die Kommunikation zu Ihrer Innovation beginnt dabei nicht am Ende des fertigen Produkts, sondern sollte schon am Beginn stehen und nutzt den **Einsatz von Kommunikationsinstrumenten bereits während des Innovationsprozesses**.
- ▶ Ich verstehe **Innovationskommunikation als strategischen Spielmacher**, der einen systematischen Austausch und Transfer von Know-how ermöglicht und ein **Klima für Innovationen** schafft.
- ▶ Ich begleite und unterstütze Sie bei diesem Prozess von Beginn an – **mit allen Facetten der Innovationskommunikation**.

