

Trendvorschau 2022

Annabel Loebell und Grazia Nordberg haben fünf Trends in der Kommunikation ausgemacht, die es zu beobachten gilt.

•• Von Sascha Harold

WIEN. Der Jahresbeginn wird gerne zum Anlass genommen, einen Blick auf die kommenden Entwicklungen der Branche zu werfen. Annabel Loebell und Grazia Nordberg, Gründerinnen der Wiener PR-Agentur Loebell Nordberg, sehen vor allem fünf Trends, die die Kommunikation 2022 prägen werden.

Kohärentes Employer Branding

Nicht nur Kommunikationsaufgabe, auch Berufsbilder und Bedürfnisse von Mitarbeitern ändern sich rasch. Das ist nicht nur bei der Suche nach den richtigen Arbeitskräften relevant. „Statt der Information zu Bilanzahlen und Expansion braucht es heute – zusätzlich – authentische Wertestories und Experience. Zwischenmenschliches kann nicht mehr passieren – es muss formuliert und proaktiv erzählt werden“, führen Loebell und Nordberg aus. Die Ergebnisse der aktuellen, von Accenture herausgegebenen, Fjord Trends bestätigen das: „Eine veränderte Einstellung zu Arbeit und Einkommen wirkt sich unmittelbar auf klassische Beschäftigungsformen aus“, heißt es dort.

Damit zusammen hängt das Thema der internen Kommunikation, das Unternehmen verstärkt in den Fokus rücken sollten. Loebell und Nordberg dazu:



© Loebell Nordberg/Stefan Geisler

Trendreport

Die Fjord Trends von Accenture Interactive erscheinen 2022 zum 15. Mal.

„Empathische Kommunikation innerhalb des Unternehmens hat heute und morgen einen ganz neuen Stellenwert: Interne Kommunikation geht heute weit über einen Corporate News Channel hinaus.“ Es sei gerade nach den herausfordernden letzten Jahren wichtig, so die beiden Geschäftsführerinnen, Mitarbeitern zuzuhören und Unterstützung anzubieten.

Analogwerte in digitaler Welt

Der dritte Trend, den Loebell und Nordberg identifizieren, betrifft das Thema Diversität. Die Welt sei nicht mehr weiß, männlich, hetero und cisgeschlechtlich, argumentieren die beiden und legen diese Erkenntnis auf die Kommunikationsarbeit um: „Wer heute effektiv kommunizieren will, muss divers im Team sein, leben und denken, damit neuer gemeinsamer Boden entstehen kann.“

Unsere Welt wird zunehmend digitalisiert, kaum ein Lebens-

Führungsduo

Annabel Loebell und Grazia Nordberg leiten die Wiener PR-Agentur Loebell Nordberg.

bereich ist davon ausgenommen. In den Fjord Trends 2022 heißt es dazu: „Das Metaverse bietet auch abseits der Gaming-Branche Menschen und Marken einen neuen Ort, an dem sie interagieren, kreativ sein, konsumieren und Geld verdienen können.“ Das Potenzial müsse sich zwar erst zeigen, könnte aber der Grundstein einer neuen kulturellen Evolution sein. Loebell und Nordberg stimmen dem zu, ergänzen aber mit Blick auf das Analoge: „Digital ist heute Standard, während Analog für eine neue Wertigkeit steht. Ein bewusster Medienbruch der vorherrschenden digitalen Hyper-tonie schafft den Fokus auf das Eine.“ Analogisierung kann so bei der Wertevermittlung helfen.

Den fünften Trend sehen sie in einer kritischen Nachhaltigkeitskommunikation im Sinne echter und authentischer Nachhaltigkeit (mehr dazu kommende Woche im Schwerpunkt Green Marketing).



© Accenture Interactive