

Wie die Coronakrise das Agenturleben verändert

Brandenstein Communications: Jetzt ist Kommunikation erst recht gefragt – und das sind die Learnings.

Gastbeitrag

••• Von *Christina Brandenstein*



Die Welt befindet sich durch die Coronakrise im Wandel, darin sind sich Experten einig. Doch wie wird die Welt danach ausschauen? Derzeit stehen im medialen Diskurs vor allem negative Schlagzeilen im Rampenlicht – klar, wir sind ja mittendrin. Aber wie heißt es so treffend: Jede Krise ist auch eine Chance. Und deshalb stellt sich die Frage: Wie verändert die aktuelle Situation unser Agentarleben? Und da Kommunikation nun mal unser Tagesgeschäft ist, wollen wir näher beleuchten, wie sich die Coronakrise auf diesen Aspekt auswirkt.

Into the future!

Die Coronakrise wird vieles ändern – nicht nur zum Negativen: Der Kontakt zu alten Freunden wird wieder geknüpft, die Höflichkeit erlebt eine Renaissance, digitale Tools wie Videokonferenzen oder E-Learning erfahren breite Akzeptanz, das Homeoffice wird selbstverständlich, Menschen telefonieren verstärkt anstatt formlose E-Mails zu schicken – und Kommunikation wird dadurch wieder viel verbindlicher. Das klingt nach einer sehr optimistischen und schönen Zukunftsvision, oder?

Wir befinden uns im Homeoffice – und zugegebenermaßen mussten wir im ersten Moment umdenken, weil sich unsere kommunikativen Möglichkeiten während der Coronakrise geändert haben: Wir haben derzeit keine physische „Homebase“, in der man Kollegen im Vorbeigehen für einen Plausch trifft oder schnell mal einen Kaffee miteinander trinkt.

Natürlich finden in Zeiten der Ausgangsbeschränkungen auch keine Kundenmeetings vor Ort, persönlichen Interviews oder Pressegespräche statt.

Der Mensch ist ja ein sehr anpassungsfähiges Lebewesen – deshalb haben auch wir schnell gelernt, mit der neuen Situation umzugehen. Innerhalb von Stunden waren die Homeoffices eingerichtet. Unsere interne Kommunikation hat sich tiefgreifend

verändert und neue Möglichkeiten aufgezeigt, die auch bleiben werden. Aber was genau hat sich hier getan?

Reden und einander zuhören
Menschen suchen vermehrt das Gefühl der Nähe, weil sie zu Hause naturgemäß weniger soziale Interaktion haben (oder zumindest in einem kleineren Personenkreis) – das fördert das miteinander reden und einander zuhören. Wir halten noch mehr zusammen und sind grundsätzlich konstruktiver, trotz der radikalen Einschränkungen. Menschen sprechen auch eher über ihre Ängste und rücken näher zusammen – nicht nur in der eigenen Familie, sondern auch im beruflichen Umfeld mit Kollegen und Partnern. Das zeigt sich auch im gesteigerten Kommunikationsbedürfnis. Und was bedeutet das nun konkret für unsere Arbeit?

Zum Handy zu greifen, das ist etwas, was wir in den letzten Wochen noch mehr als sonst getan haben – denn nichts ist wichtiger, als sich zumindest persönlich zu hören, wenn man sich schon nicht sehen kann. Doch auch die digitalen Interaktionsmöglichkeiten haben wir noch mehr genutzt als sonst: Unsere internen Agentar-Jourfixes, aber auch Kundenmeetings finden nun über Onlineconferencing-Tools wie Zoom statt und tragen damit entscheidend zum Zusammenhalt und Austausch bei.

Interviews werden telefonisch abgewickelt, TV-Interviews werden teilweise ebenfalls aus dem Homeoffice selbst produziert – eine große Herausforderung! Die digitale Infrastruktur ist jetzt wichtig, aber noch viel mehr das menschliche Miteinander, die offene Kommunikation – kurz gesagt: das Authentische.

Was jetzt medial wichtig ist

Um über die aktuelle Lage informiert zu sein, lesen die Menschen jetzt intensiver. Onlinemedien und Social Media-Kanäle erleben einen Reichweiten-Aufschwung, genauso steigt der TV- und Radiokonsum. Journalisten

sind natürlich weiterhin auf der Suche nach Geschichten, wobei werbliche Botschaften jetzt fehl am Platz sind – vielmehr wollen sie wissen, was wirklich Sache ist. Themen wie „Mit welchen Herausforderungen hat eine Branche zu kämpfen?“ stehen dabei im Mittelpunkt. Es geht nicht um konkrete Perspektiven nach der Coronakrise, sondern um das Jetzt!

Das sind einige Learnings, die wir aus den vergangenen, durchaus turbulenten Wochen mitnehmen und die uns hoffentlich auch nach der Coronakrise erhalten bleiben. Nämlich, dass wir in der Kommunikation wieder die Glaubwürdigkeit, das Vertrauen und das Verbindliche in den Vordergrund stellen. Kundenbeziehungen, die jetzt halten, halten für ewig – denn der Zusammenhalt schweißt zusammen. Es zählt verlässliche Partnerschaft. Mehr denn je. Für alle.

”

Kundenbeziehungen, die jetzt halten, halten für ewig – denn der Zusammenhalt schweißt zusammen. Es zählt verlässliche Partnerschaft. Mehr denn je.

Christina
Brandenstein

“

weitergreifend



Christina Brandenstein, Agenturchefin Brandenstein Communications