



Konzept Kommunikationslots*in

Stand 19.05.2021

Was sind die Aufgaben eines/r Kommunikationslots*in?

Ansprechpartner*in und Expert*in rund um das Thema Kommunikationskultur

- Unterstützt Bereiche individuell mit Knowhow rund um das Thema Methoden und Techniken moderner Kommunikation
- Informiert über auf die individuellen Bereichsbedürfnisse passende Methoden und Techniken sowie digitale Hilfsmittel
- Stellt moderne Materialien, Arbeitshilfen und Beispiele vor, um Meetings interessanter zu gestalten
- Berät zur Gesprächskultur → Kommunikationsregeln und dialogfördernde Methoden vor allem bei digitalen Meetings
- Steht dem Bereich als Ansprechpartner*in und Moderator*in zur Verfügung und bildet Schnittstelle zu anderen Moderator*innen und Kommunikationslots*innen

Kommunikation

- Regelmäßiger Austausch mit anderen Kommunikationslots*innen, um Bereichsbedarf, Probleme und Unklarheiten zu diskutieren sowie Lösungen zu entwickeln
- Multiplikator*in von Wissen, der/die neue Themen in seinen/ihren Bereich trägt; Weitergabe von Best Practice
- Kommunikation zur IT halten für technische Hilfsmittel
- Netzwerkarbeit, gerne auch Austausch mit anderen Unternehmen (vor allem L Gruppe)
- Mitgestaltung und Pflege von Inhalten zu Kommunikationsthemen im Intranet, Newsletter, etc.

Erarbeitung von Inhalten rund um das Thema Moderne Kommunikationskultur

- Erarbeitung eines Sammelbeckens sowie von Empfehlungen (Vor- und Nachteile, Beispielfälle) von Methoden und Best Practice Recherchen → Mitgestaltung des „Methodenkoffers“
- Erstellung/Überarbeitung von Leitfäden, Wegweisern (Moderation, Anwendung von Methoden, Software, etc.)
- Erstellung von Unterstützungs- und Anleitungsvideos für den „Methodenkoffer“
- Kontinuierliche Pflege und Aktualisierung des Methodenkoffers und des Experten/Moderationspools (Kontakte, Kalender, Verfügbarkeit, etc.)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Im Rahmen der Initiative:





Was bringt der/die Kommunikationslots*in mit?

Interessen und Fähigkeiten/Soft Skills

- Fähigkeit aufmerksam zuzuhören, um Bedarf seines/ihres Bereiches zu hören (offenes Ohr, aktives Zuhören, Fragetechniken, etc.)
- Lösungsorientiert, kreativ, analytisch, aktiv/praxisorientiertes Arbeiten
- hilfsbereit und empathisch/Feel-Good-Manager*in
- Kommunikationskompetenz
- Interesse/Neugier an neuen Methoden, Bereitschaft zur Selbstschulung und Recherche
- Technisches Interesse und Geschick, um schnell Probleme (Netzwerkverbindung, Ton, etc.) zu lösen (Schnittstelle zu IT Steuerungsmodell?)

Wissen/Erfahrung

- Verständnis für und Wissen um fachbereichsspezifische Belange
- Erste Vorkenntnisse um technische Möglichkeiten in Präsentation und Dialog

Was bekommt der/die Lots*in an die Hand? Was braucht ein/e Lots*in?

Schulung/Weiterbildung

- Teilnahme an Schulungen und Weiterbildungen zum Thema (Weiterbildungsplan für Schulungen) inkl. Zertifikate
- Themen:
 - Visualisierung und Strukturierung von Meetings
 - Moderation
 - Ich als Marke

Zeit

- Festes Zeitkontingent seiner/ihrer Arbeitszeit, um sich dem Thema zu widmen (z. B. erhält dafür zwei Tage im Monat als Zeitguthaben zur freien Gestaltung) → klare, verbindliche Absprachen mit der FK
- Zeitintensivierung, sofern Bedarf im Team besteht bzw. Ressourcen verfügbar sind

Budget

- Für Schulungen und Weiterbildungen
- Für Material, Arbeitsmittel
- IT-Budget
- Budget für etwaige Fachliteratur



Wertschätzung, Akzeptanz und Feedback

- Regelmäßig Feedback zu seiner/ihrer Arbeit, auch vom Bereich → Lernen aus Fehlern, „Nobody is perfect“, in Rolle „reinwachsen“, Auswertung und regelmäßiger Austausch hierzu mit den anderen („Bin nicht allein mit meinen Problemen?“, „Wie machst du das?“)
- Erfolgserlebnisse teilen/Erfolgdialog dafür nutzen, das Thema regelmäßig zu platzieren und zu bewerten
- Braucht Akzeptanz der Abteilung, insbesondere der Führungskraft, die den/die Lots*in nutzen wollen, um das Thema voranzutreiben und zu pushen auch bei „Nochnichtüberzeugten“
- Zertifikat zur Motivationsstärkung
- Unterstützung durch IT (Ansprechpartner*in, der/die Zeit hat, sich mit den Themen zu befassen)

Wie muss intern kommuniziert werden, damit das Konzept Erfolg hat?

- Transparenz der Aufgaben, Personen und Kontaktmöglichkeiten (Wer ist Lots*in und wobei hilft er/sie mir?)
- Ergebnisse der Arbeit der Kommunikationslots*innen kommunizieren → tue Gutes und sprich darüber
- Fester Bestandteil in Newsletter, Triebwagen, etc.; Begleitung durch Center Kommunikation
- Bereitstellung von Materialien, Hilfsmitteln, Leitfäden und neuen Ideen in Form eines „Methodenkoffers“ → Lernumgebung für alle Mitarbeitenden zur Verfügung stellen
- Kalender mit Verfügbarkeiten der Lots*innen/Moderator*innen pflegen

Wie ist der/die Kommunikationslots*in in die Struktur des Unternehmens eingebunden?

	1. INTERNE LOTS*INNEN	2. EXTERNE LOTS*INNEN	3. EX- UND INTERN
Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Je Bereich werden MA auf freiwilliger Basis zum/zur Kommunikationslots*in ernannt und vernetzen sich bereichsübergreifend • 1. oder bis zur 4. Führungsebene • Erhält dafür Zeitguthaben zur freien Gestaltung • Zeitintensivierung, sofern Bedarf im Team besteht 	<ul style="list-style-type: none"> • Separates Team von Kommunikationslots*innen mit eigenverantwortlicher Aufgabeneinteilung über die gesamte LVB-Gruppe • Fragebogen, den die Abteilung vor Einsatz des/der Lots*in ausfüllen muss, wenn kein Fachwissen vorhanden ist, um den Bereich relativ einfach kennenzulernen 	<ul style="list-style-type: none"> • Mischform aus beiden erstgenannten Varianten, um von den Vorteilen beider Varianten zu profitieren • Das Thema liegt hauptverantwortlich in einem eigenen Bereich • Je Bereich gibt es eine/n Kommunikationslots*in • Zwischen den externen und internen Kommunikationslots*innen reger Austausch

Gefördert durch:



Im Rahmen der Initiative:





	bzw. Ressourcen verfügbar sind	<ul style="list-style-type: none"> • Der/die Lots*in "hospitiert" regelmäßig in den verschiedensten Bereichen, um nah an den Arbeitsabläufen der Abteilungen zu sein und sich regelmäßig Feedback zu seiner/ihrer Arbeit zu holen 	und bereichsübergreifendes Team
Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> • Direkt vor Ort in dem Bereich • Hohe Akzeptanz in den Bereichen • „Nah dran“, kennt Potentiale, Strukturen, Personen und Abläufe • Weiß, wie der Laden läuft 	<ul style="list-style-type: none"> • Ein paar wenige Spezialist*innen, die für alle da sind • Eigenständige Arbeitsteilung • Er/sie hat genügend Zeitressourcen und Aufmerksamkeit, um sich 100 Prozent mit dem Thema zu beschäftigen • Ist hauptverantwortlich für das Thema, daher geht es vorwärts • Hinterfragt Dinge anders; könnte es kritischer sehen als Kolleg*innen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationslots*innen pushen das Thema, bringen neuen Input rein • Interne Kommunikationslots*innen sind Schnittstelle zum Bereich und sorgen dafür, dass die Themen in den Bereich reingetragen werden • Hohe Akzeptanz im Bereich • Zeitressourcen und Verantwortung liegen außerhalb der Bereiche → höherer Output
Gefahren	<ul style="list-style-type: none"> • "Halbgewalt"/Nebenjob in einer Abteilung • Möglicherweise wird das Thema stiefmütterlich behandelt • „Missbrauch“ seiner/ihrer Person durch Kolleg*innen bei jedem kleineren Problem 	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht ausreichend Fachwissen aus allen Bereichen • Fehlende Akzeptanz der Bereiche, um mitzumachen 	• Ist die Rollenteilung im Unternehmen immer klar erkennbar?
Zeitlicher Aufwand/ Ressourcen	• ca. 7h/ Woche (1x monatlich 2h Lotsentreffen, 4h/Woche im Bereich, 2-4h/Woche inhaltliche Arbeit)	• Fulltime 3 MA	<ul style="list-style-type: none"> • 2 mit je 20h/Woche • 14 MA mit ca. 4h/ Woche