

Praktikumsbericht

Die fme AG wurde 1995 in Braunschweig gegründet und vereint heute in Deutschland weitere Standorte und Büros in München, Frankfurt am Main und in Düsseldorf. International ist das Unternehmen mit Tochterunternehmen in Rumänien und in den USA vertreten. Insgesamt sind aktuell etwa 204 Mitarbeiter*innen bei der fme angestellt. Die fme ist ein IT-Dienstleister, der sich voll und ganz der digitalen Transformation und den damit einhergehenden Prozessen verschrieben hat. So gehören Felder wie Cloud, Big Data & Internet of Things, Business Intelligence, Enterprise Content Management Technologien kombiniert mit Individualsoftware-Entwicklung und weitere Themengebiete in diesem Bereich zum Unternehmensportfolio. Da die Einführung neuer IT-Systeme und Prozesse auch mit Veränderungen der Unternehmenskultur und der internen sowie externen (Kommunikations-)Prozessen einhergeht, ist in Braunschweig, dem größten Standort des Unternehmens, auch eine eigene Abteilung angesiedelt, die Dienstleistungen in diesem Bereich anbietet: Die Communication Services der fme AG, bei denen ich seit Dezember 2018 als Werkstudentin (mit 16-20 Stunden/Woche) arbeite, begleiten Change-Prozesse in Unternehmen, die zum Beispiel mit der Einführung neuer Software einhergehen. Die Dienstleistungen der Communication Services erstrecken sich von Change Management über Coaching und Beratung bei Veränderungsprozessen bis hin zur Konzeption und Erstellung von E-Learnings für die Fort- und Weiterbildung von Mitarbeiter*innen.

Mein Masterstudium der Medientechnik und Kommunikation ist an der „Schnittstelle zwischen Technik, Medien und Menschen“ angesiedelt. Dabei geht es immer wieder um die Frage, wie technische und wissenschaftliche Innovationen und Veränderungen so kommuniziert und implementiert werden können, dass sie von den Betroffenen verstanden und im Idealfall auch akzeptiert werden. Meine Entscheidung, bei der fme AG als Werkstudentin zu arbeiten, speiste sich somit unter anderem aus dem Wunsch, auch in der Praxis zu lernen, wie Veränderungsprozesse im Unternehmenskontext positiv gestaltet werden können.

Mit dem Ziel, einerseits nach außen sichtbarer zu werden und zusätzlich die eigenen Kompetenzen stärker zu kommunizieren, haben die Communication Services bereits vor einem Jahr eine Social-Media-Kampagne initiiert. Ziel der Kampagne ist es – eingebettet in eine fiktive Geschichtenwelt (der „Krieg der Veränderung“ auf dem Planeten Communicatio) – die Themen Change Management, E-Learning und Coaching und Beratung auf spielerische Art und Weise zu kommunizieren und gleichzeitig die Expertise des Communication Teams herauszustellen. Für die Kampagne wurde eine eigene Website

gestaltet, die den Dreh- und Angelpunkt der Kampagne darstellt (<https://kriegderveraenderungen.fme.de/>). Über verschiedene Social-Media-Kanäle (vor allem Instagram und XING) wird auf die Inhalte der Website verwiesen. In meiner Position als Werkstudentin war und bin ich hauptsächlich (aufbauend auf bereits bestehenden Konzeptteilen, wie zum Beispiel dem Titel der Kampagne) mit der (inhaltlichen) Konzeption und Durchführung dieser Kampagne betraut. Dies umfasst die folgenden Aspekte: die Erstellung des Kampagnen-Konzepts, inklusive der gesamten Geschichte mit ihren Figuren, des Konzepts für die Kampagnen-Website und des Social-Media-Kommunikationskonzepts. Dazu gehört das Ausdenken und Schreiben der Geschichten und weiterer Texte und auch das Einpflegen der Texte in das Backend der Kampagnen-Website. Die Grafiken, die für die Kampagnen-Website benötigt wurden, und die Website selbst wurden von einer Grafikagentur umgesetzt. Mithilfe der Grafiken habe ich zudem eine Klappkarte konzipiert, die zur Vermarktung der Kampagne an Kund*innen herausgeschickt wurde. Da in jeder Geschichte über einen anderen Kanal die Expertise des Communication Services-Teams aufgezeigt werden soll, habe ich bisher zu den Themen „Was ist Veränderung?“ und „Kulturwandel“ einen (fiktiven) Zeitungsartikel geschrieben und gelayoutet und einen Podcast produziert. Weiterhin gehört das Erstellen von Grafiken und Bildern für die Instagram-Vermarktung der Kampagne zu meinen Aufgaben. Die Kampagne wurde im Juli 2019 gestartet. Bis Dezember 2019 wird jeden Monat eine neue Geschichte auf der Kampagnen-Website erscheinen.

Neben der Arbeit für die Kampagne übernehme ich auch noch weitere Aufgaben wie zum Beispiel das Schreiben von Texten für den Website-Auftritt der Communication Services und ihre Übersetzung ins Englische, die Aktualisierung und Gestaltung von Marketingmaterialien und gemeinsam mit einer Kollegin die Durchführung eines internen Kommunikationsworkshops für die Auszubildenden der fme AG. Im Rahmen meiner Aufgaben habe ich mich bereits umfassend mit den Themen Change Management im Zusammenhang mit der Einführung neuer Technologie und damit einhergehendem Kulturwandel befassen können. Ich denke, dass diese Themen (nicht nur aber gerade) für MuK-Student*innen essenziell sind: gelungenes Change Management, bewusst gestalteter Kulturwandel und aktiv gestaltete Veränderungsprozesse sind, meiner Meinung nach, der Schlüssel dafür, dass die Arbeit an der Schnittstelle zwischen Technik und Mensch funktionieren kann. Bei meiner Arbeit als Werkstudentin bei der fme AG kommt mir mein Studium gleich in mehreren Bereichen zugute: Das MuK-Studium vermittelt transdisziplinäres Wissen und den Studierenden einen Einblick in die Arbeits- und Denkweisen unterschiedlicher Disziplinen, sowohl aus den Geistes- und Sozialwissenschaften als auch aus den Ingenieurwissenschaften. Gerade wenn es darum geht, zwischen verschiedenen Bereichen kommunikativ zu vermitteln und „die richtige Ansprache“ zu

finden, ist dies eine wertvolle Kompetenz. Die vor allem im Modul Wissenschaftskommunikation erprobten redaktionellen Fähigkeiten (Erstellen von Audiobeiträgen und Zeitungsartikeln) konnte ich in der Ausgestaltung der Kampagne direkt anwenden. Umgekehrt bietet mir meine Stelle bei der fme AG die Möglichkeit, im Studium Gelerntes in der Praxis auszuprobieren und die Arbeit bei einem IT-Dienstleister näher kennenzulernen. Auch kann ich praktische Erfahrung im Bereich von Social-Media-Kampagnen und im Umgang mit verschiedenen Social-Media-Kanälen sammeln. Ich hoffe, in den verbleibenden Monaten meiner Anstellung bei der fme AG weitere wertvolle Einblicke in die Arbeitspraxis als Ergänzung zu den im Studium gelernten Inhalten zu bekommen.

Verweise

Website der fme Communication Services:

<https://www.fme.de/lan/change-management-e-learning/>

Kampagnen-Website "Krieg der Veränderung":

<https://kriegderveraenderungen.fme.de/>

Anhang

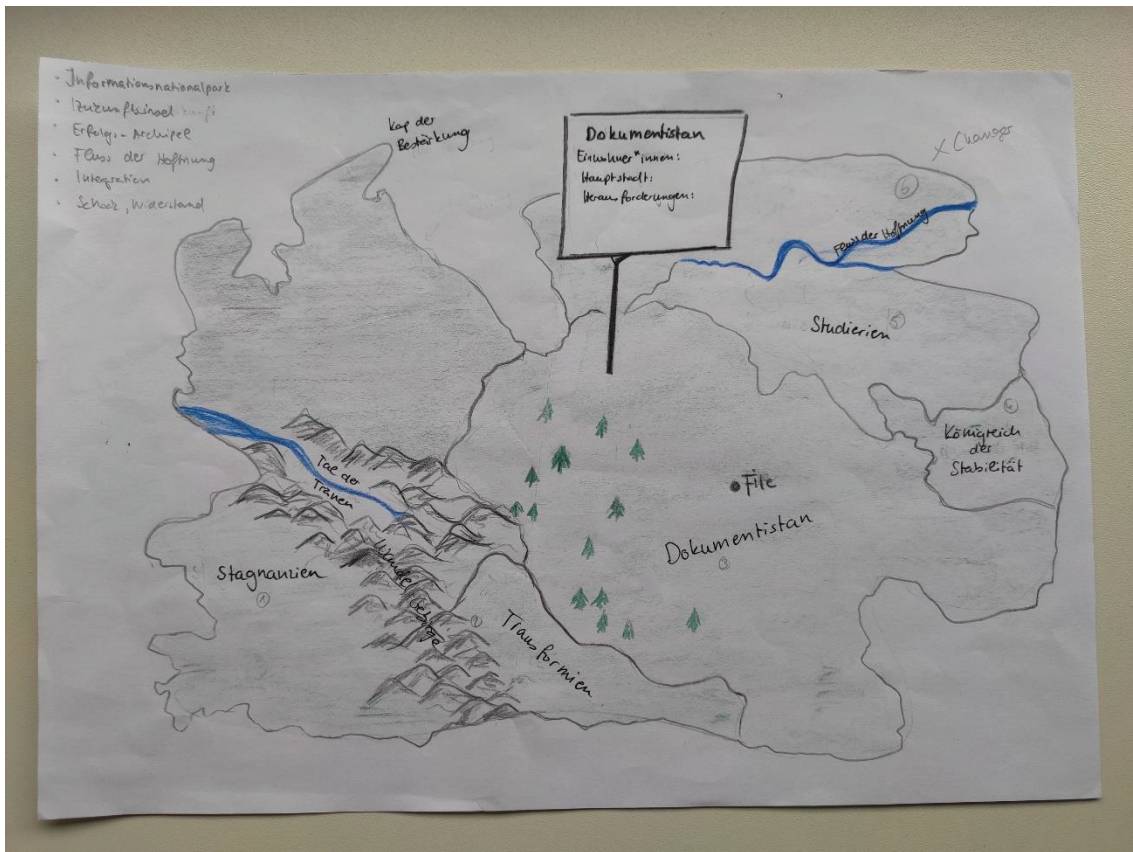


Abbildung 1: Erster eigener Entwurf der Landkarte von „Communicatio“ für die Website



Abbildung 2: Grafische Umsetzung der Landkarte auf der Kampagnen-Website durch die Grafik-Agentur

„Wenn Sie jemandem erzählen, dass Sie es... dann gerade Ihnen Gott.“ Er drückt Futran das Papier in die Hand und schlurft wieder hinter... zurück. Die Veränderungsministerin, Futran und Senso beugen sich über den Zeitungsaufschlag. „Geheimen Veränderungs-Post“ mit dem Titel: *Ein wenig Mut, Durchhaltevermögen und lebendige Kommunikation.* Nachdem sie den Artikel gelesen haben, sagt die Veränderungsministerin



Lies hier exklusiv das Interview, das der Veränderungsministerin geholfen hat (PDF):



Abbildung 3: (Fiktives) Zeitungsinterview mit Changerin Lia zum Thema „Veränderung“ (<https://kriegderveränderungen.fme.de/transformieren/>)



Abbildung 4: Falten und Versand der Klappkarten für die Bewerbung der Kampagne bei den Kund*innen der fme AG



Abbildung 5: Verteilen von Freebies und Fotoshooting für den Instagram-Account