

Kommunikation 4.0



Der digitale Boost für Ihre Kommunikation im Office

Liebe Leserin, lieber Leser,

dieses Jahr findet die young@office bereits zum 15. Mal statt!

Passend zum Motto: „**Wir sind Assistenz 4.0**“ haben wir Ihnen diese exklusive Sonderausgabe als kleinen Vorgeschmack zusammengestellt.

Ich hoffe, Sie haben Freude daran und können das ein oder andere Tool mit in Ihren Office-Alltag nehmen.



Ihre

Olga Lorenz

Veranstaltungsmanagerin
OFFICE Seminare

Ihre Top-Themen

S.2 Die besten Tools

Nutzen Sie diese Tools und Applications, um schneller, effizienter und moderner mit Ihren Kollegen zu kommunizieren.

S.6 Social Media

Wie modern ist Ihr Unternehmen wirklich? Kommunizieren Sie intern schon über Social Media? Mit diesen Dos and Don'ts klappt's.

1 Die besten Tools für interne Kommunikation



© sdecoret/fotolia.com

E-Mail-Newsletter

E-Mail-Newsletter unterstützen Sie dabei, Informationen innerhalb **kürzester Zeit** an einen **möglichst großen Mitarbeiterkreis** zu verteilen. Newsletter, die per E-Mail auf den Weg gebracht werden, enthalten meist kurze Teaser, die den Mitarbeitern einen ersten kurzen Überblick verschaffen und dann auf externe Inhalte wie Beiträge auf der Unternehmens-Homepage verweisen.

Sollten Sie in einem Unternehmen arbeiten, in dem ein Großteil der Mitarbeiter einen eigenen E-Mail-Zugang hat, ist der E-Mail-Newsletter ein guter und einfach zu nutzender Kommunikationskanal.

In allen anderen Fällen sollten Sie über einen Instrumentenmix (z. B. eine Kombination mit einem Aushang in den Produktionsabteilungen) nachdenken, um sicherzustellen, dass auch Mitarbeiter ohne eigene E-Mail-Adresse oder ohne regelmäßigen Zugang zu einem PC mit Internetanschluss die gleichen Informationen erhalten.



E-Mail-Newsletter unterstützen Sie dabei, Informationen innerhalb kürzester Zeit an einen möglichst großen Mitarbeiterkreis zu verteilen.

Intranet

Das Intranet ist ein **geschlossenes System**, das nur den Betriebsangehörigen zugänglich ist. Es kann entweder nur von PCs im betriebsinternen Netzwerk oder durch Eingabe eines Passwortes aufgerufen werden. Eine gut strukturierte und aufgebaute Intranetplattform verbindet Information, Kommunikation und Wissensaustausch und vereint somit die Vorzüge der klassischen Kanäle Schwarzes Brett, Mitarbeiterzeitung und Newsletter.

Hinzu kommt die Möglichkeit, Handbücher oder Ansprechpartner für bestimmte Themen zu hinterlegen. Das Intranet gibt den Mitarbeitern somit auch praktische Orientierung im Unternehmensalltag.



Richten Sie einen zentralen Informationspunkt ein, an dem alle Mitarbeiter das Intranet

besuchen und sich die dort veröffentlichten Informationen anschauen können – auch die, die keinen eigenen Internetzugang an ihrem Arbeitsplatz haben.

Eine besondere Funktion des Intranets ist das **Social Intranet**, eine Kombination aus der Informationsplattform mit den Vorzügen der sozialen Medien für Ihre interne Kommunikation.



© Robert Kneschke/fotolia.com

Wikis

Wikis gehören zu den sogenannten **Content-Management-Systemen**, bekannt durch die Online-Enzyklopädie Wikipedia.

In Ihrem Unternehmen können Wikis in genau der gleichen Art und Weise genutzt werden:

- ⊕ Beiträge werden erstellt, bereits bestehende bearbeitet oder ergänzt sowie kommentiert.

Hierbei liegt der Fokus vor allem auf der **Weitergabe** und der **gemeinsamen Speicherung von Wissen**, weniger auf der Interaktion.

In den meisten Unternehmen werden in Wikis nur allgemeine Informationen hinterlegt, auf die jeder Mitarbeiter zugreifen kann und zugreifen darf (z. B. wie sich eine unternehmensspezifische Artikelbezeichnung zusammensetzt oder unternehmensinterne Abkürzungen).

Bei einigen Softwareanbietern ist es jedoch auch möglich, Nutzungsbeschränkungen und Zugriffsrechte zu hinterlegen. Somit können Sie auch sensiblere Daten in dem Wiki erfassen, ohne eine zusätzliche Lösung zu benötigen.

Interne Blogs

Blogs sind **Logbücher** bzw. **Tagebücher**, die normalerweise öffentlich im Internet geführt werden und somit dort für jedermann zugänglich sind. Es gibt immer mehr Menschen, die zur Selbstreflexion „bloggen“ und um sich mit anderen über die Themen auszutauschen, die sie beschäftigen.

Blogs können bei der internen Kommunikation hilfreich sein, indem Sie oder auch einzelne Mitarbeiter über aktuelle Maßnahmen und Neuerungen schreiben.

Hierbei bieten Ihnen Blogs die Möglichkeit ...

- ⊕ Verweise auf Inhalte außerhalb des Blogs vorzunehmen,
- ⊕ als Autor eine persönliche Note in die Beiträge einfließen zu lassen,
- ⊕ regelmäßig neue Inhalte zu verfassen,
- ⊕ die Mitarbeiter regelmäßig und aktuell zu informieren, da die Mitarbeiter den Blog abonnieren können und so automatisch über neue Beiträge informiert werden,
- ⊕ einen Austausch und somit eine Vernetzung von Verfasser und Leser zu fördern.



Lassen Sie den Mitarbeitern zu Beginn die Freiheit, die Inhalte so zu verfassen, wie sie das gern möchten und wie sie es am besten können. So können Sie die Hemmschwelle niedrig halten. Hat sich das Verfassen von Inhalten etabliert, können Sie unternehmensweite Regelungen zum Verfassen von Artikeln aufstellen, an denen sich die Mitarbeiter orientieren.

Videokonferenzen

Der Weg der sogenannten „Arbeitswelt 4.0“ geht immer mehr in Richtung standortunabhängiges Arbeiten und diese Tatsache fordert von den Unternehmen selbst und besonders den Mitarbeitern in den Unternehmen immer mehr, sich auf modernen Wegen auszutauschen. Einer dieser Wege ist die Gestaltung von Meetings anhand von Videokonferenzen.

Die Vorteile gegenüber dem schriftlichen Austausch oder einer Telefonkonferenz sind offensichtlich: Man kann seine Kollegen und auch Kunden sowie deren **Reaktionen sehen**, und es bleibt wenig Möglichkeit, diese Reaktionen zu verstecken. Gegenüber realen Treffen werden zudem die in Summe oft **enormen Wegzeiten** und **Reisekosten gespart**, die anfallen, wenn die Teilnehmer an unterschiedlichen Standorten, vielleicht sogar von verschiedenen Ländern oder Kontinenten aus arbeiten.

Zusätzlich bieten Ihnen **viele Tools** die Möglichkeit, neben der Kamera auch den eigenen Bildschirm oder eine Präsentation zu übertragen und die Videokonferenz somit auch als Möglichkeit zu nutzen, mit Kunden auf der ganzen Welt zu kommunizieren und ihnen Ihre neuen Ideen vorzustellen, ohne gleich hohe Reisekosten in Kauf zu nehmen. Dies hat nicht nur eine ökonomische, sondern auch eine ökologische Komponente.



Instant Messaging/Chat

Der Einsatz von Kurznachrichten- und Push-Diensten für Ihre Unternehmenskommunikation hilft Ihren Mitarbeitern dabei, sich schnell und auf dem „kurzen Dienstweg“ über wichtige Sachverhalte und auftretende Fragen mit den Kollegen auszutauschen.

Es erlaubt Ihnen eine weltweite Zusammenarbeit in Echtzeit, und – anders als bei der Kommunikation via E-Mail – haben Sie durch nicht sofort gelesene oder in der Mail-Flut untergegangene E-Mails keine Verzögerungen zu befürchten.



Einen Vergleich von Instant-Messaging-Anbietern für Unternehmen finden Sie unter

<https://trusted.de/business-chat>

zusammen mit einer Auflistung von Vor- und Nachteilen der einzelnen Lösungen.



Mitarbeiter-App

Fast jeder Ihrer Mitarbeiter hat wahrscheinlich ein eigenes Smartphone oder ein anderes mobiles Endgerät. Mit einer extra für Ihr Unternehmen eingerichteten Mitarbeiter-App können Sie also den Großteil Ihrer Belegschaft mit den zu kommunizierenden Informationen erreichen – auch diejenigen ohne eigenen E-Mail-Anschluss. Die Mitarbeiter-App bietet hierbei vielerlei Möglichkeiten. Bitte beachten Sie aber immer, ob es auch Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen gibt, die keine Möglichkeit haben, diese Methode zu nutzen. Stellen Sie hier sicher, dass Sie eine andere Form der Information für diesen Teil der Mitarbeiter anbieten können. Achten Sie auch auf die Sprache, die Ihre Mitarbeiter sprechen, und bieten Sie die Informationen entsprechend in **verschiedenen Sprachen** an.

Da die Mitarbeiter die App ggf. mit ihren privaten Geräten nutzen, ist **die Nutzung selbstverständlich freiwillig**. Überlegen Sie also, wie Sie es mit einer Kombination aus unterschiedlichen Kanälen schaffen, dass trotzdem alle Mitarbeiter alle Informationen erhalten.

Außerdem sollte sichergestellt sein, dass niemand befürchten muss, dass sein Nutzungsverhalten „getrackt“ wird und das Unternehmen auf diesem Wege Informationen sammelt und auswertet.



Mitarbeiter-Apps sind häufig Eigenentwicklungen der Unternehmen oder speziell für diese entwickelte Lösungen. Sie haben jedoch auch die Möglichkeit, Ihre App anhand eines fertigen Baukastensystems für Ihr Unternehmen zu individualisieren.

*Eine Marktanalyse von acht unterschiedlichen Anbietern finden Sie zum Beispiel von Marcus Funk (2014) unter: **<https://www.flyacts.com/8-baukasten-app-anbieter-im-vergleich-eine-marktanalyse>**.*



Ihre Checkliste für die interne Kommunikation 4.0

Um sicherzugehen, dass Sie den für Ihren Zweck richtigen Kommunikationskanal ausgewählt haben, **sollten Sie folgende Punkte überprüfen:**

- ✓ Kann der ausgewählte Kommunikationskanal die Inhalte so übermitteln, wie ich es beabsichtige?
- ✓ Wie schnell erhält die Zielgruppe die Informationen?
- ✓ Wird der Kommunikationskanal von der Zielgruppe angenommen?
- ✓ Erreiche ich mit dem Kommunikationskanal die gesamte Zielgruppe?
- ✓ Soll die Möglichkeit für einen Austausch gegeben werden? Wenn ja: Ist der Austausch mit dem gewählten Kommunikationskanal möglich?
- ✓ Ist es möglich, über den gewählten Kommunikationskanal Wertschätzung zu vermitteln und Emotionen zu erzeugen?

Collaboration-Tools

Um die Zusammenarbeit in Teams und Projektgruppen zu optimieren, können sogenannte Collaboration-Tools helfen. Diese bieten – je nach Funktionsumfang – Unterstützung bei der **Planung, Organisation, Kontrolle** und **Dokumentation im Team** und verbinden so verschiedene Einzelanwendungen wie die Ressourcenplanung, Aufgabenverwaltung, Wissensmanagement und das Brainstorming.

Wichtig: Je nach Unternehmensgröße und -branche ist die Nutzung anderer Kommunikationskanäle sinnvoll. Differenzieren Sie deshalb genau und überlegen Sie, was für Ihr Unternehmen die optimale Lösung ist.

Literaturtip: Schauen Sie sich doch einmal an, wie andere Unternehmen die Methoden der internen Kommunikation gewinnbringend umsetzen. Einige Best-Practice-Beispiele der Unternehmen Coca-Cola, Ikea und Bupa finden Sie unter folgendem Link:

<https://www.klickkomplizen.de/blog/interne-kommunikation/best-practices-aus-der-internen-kommunikation/>



Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, bei Ihrer internen Unternehmenskommunikation Emojis/Smileys zu verwenden?

Im ersten Moment klingt das vielleicht unseriös, aber es kann auch viele Vorteile mit sich bringen.

Im Privatleben sind die Emojis nicht mehr wegzudenken! Jeder benutzt sie und jeder erkennt auf den ersten Blick, wie eine Nachricht gemeint ist.

So vermeiden Sie, dass die zu transportierenden Informationen falsch aufgenommen werden.

2 Social Media für die interne Kommunikation

Interne Social-Media-Kommunikation

Die Unternehmen befinden sich heutzutage immer mehr auf dem Weg zu veränderten Rahmenbedingungen der Industrie 4.0 und Arbeitswelt 4.0, an die sich auch die Unternehmenskommunikation anpassen muss. Das Hauptziel hierbei ist die Vereinfachung der Zusammenarbeit über alle Ländergrenzen und Zeitzonen hinweg, also eine **virtuelle Zusammenarbeit**. Es geht hierbei nicht (nur) um die Nutzung von sozialen Medien zur Kommunikation der internen Neuigkeiten, sondern mehr um die Nutzung einer eigenen **Enterprise Social Media** als Ergänzung zu einer klassischen Intranet-Plattform, um ...

- + **Transparenz der Informationen** zu gewährleisten:
Von wem kommen die Inhalte, wann wurden sie zuletzt aktualisiert, wer hat dazu welche Kommentare abgegeben usw.
- + in den **Dialog** mit den Mitarbeitern zu treten, sie nach ihrer Meinung zu fragen und auch mal kritische Anmerkungen zuzulassen, aus denen das Unternehmen dann für die Zukunft lernen kann.
- + sich mit den Mitarbeitern dauerhaft **zu vernetzen** und mit denen **in Kontakt zu bleiben**, die an unterschiedlichen Standorten, im Außendienst oder Homeoffice arbeiten und somit wenig oder sogar keinen persönlichen Bezug zur Unternehmensleitung und den einzelnen Fachbereichen haben.
- + eine Plattform für den **Wissensaustausch** zu schaffen, der auch hier nicht orts- oder zeitgebunden stattfinden muss. Das bietet die Möglichkeit, sich mit Kollegen per Chat kurzfristig auszutauschen, Wissen oder neue Verfahrensweisen für alle zentral zu hinterlegen (und diese auch kommentieren zu können) oder mit Collaboration Tools Online-Projekte zu koordinieren.



Ihre Checkliste für Social-Media-Kommunikation

Auf diese Punkte sollten Sie bei der Nutzung von Social-Media-Kommunikation achten:

- ✔ **Arbeiten Sie mit Fotos und Videos zur Visualisierung Ihrer Inhalte!** So erwecken Sie das Interesse der Leser und gestalten Ihren Text abwechslungsreich.
- ✔ **Verfassen Sie kurze Beiträge!** Bei langen Texten verlieren die Leser oft die Lust. Geben Sie einen kurzen Überblick und verlinken Sie – wo es angemessen erscheint – einen umfassenderen Text für all die, die mehr erfahren möchten.
- ✔ **Bleiben Sie authentisch!** Posten Sie auch wirklich nur das, was einen hohen Wahrheitsgehalt hat und was zu Ihrem Unternehmen passt. Unglaubliche Aussagen können einen erheblichen Imageschaden nach sich ziehen und genau das Gegenteil von dem bewirken, was Sie eigentlich intendieren.
- ✔ **Reagieren Sie auf Feedback!** Bedanken Sie sich für positive Rückmeldungen, Antworten und Beiträge, aber lassen Sie auch negative Kommentare nicht so stehen. Geben Sie eine kurze Information oder nutzen Sie die Möglichkeit für den Austausch.
- ✔ **Binden Sie die Leser mit ein!** Animieren Sie zur Interaktion, ob nun durch Fragen, Gewinnspiele oder Umfragen. Geben Sie den Lesern eine Möglichkeit, aktiv auf Ihre Inhalte zu reagieren.
- ✔ **Finden Sie den optimalen Post-Rhythmus!** Überlegen Sie sich, wie oft Sie in der Woche neue Informationen veröffentlichen möchten. Finden Sie hier für sich den optimalen Weg zwischen mehrmals am Tag (kann Leser schnell nerven) und einmal im Monat (so bleiben Sie vielleicht nicht genug im Gedächtnis).



© vege/fotolia.com

- ✔ **Stellen Sie eine mobile Anzeige sicher!** Legen Sie Wert darauf, dass alle Ihre Inhalte und Formate auch von mobilen Endgeräten einwandfrei abrufbar und anzusehen sind, ohne jeglichen Informationsverlust durch Formatierung. Vermeiden Sie unnötig lange Ladezeiten, die durch zu große Bilder und anspruchsvoll animierte Inhalte entstehen können.
- ✔ **Dezentralisieren Sie die Zuständigkeiten!** Wer das Wissen und die Informationen aus einem bestimmten Fachbereich hat, gibt sie weiter – egal, welche hierarchische Stellung der Mitarbeiter hat. Ob nun im Social Intranet oder auf der offiziellen Facebook-Seite: Geben Sie den Mitarbeitern Ihr Vertrauen, Selbstbestimmung und genügend Zeit, um interessante Inhalte zu posten und somit die Unternehmenskommunikation auch selbst zu leben!



Zwei solcher Enterprise Social Media Tools sind Workplace by Facebook und Yammer (Microsoft).

Eine Auflistung von weiteren Tools finden Sie z. B. unter

<https://oursocialtimes.com/5-of-the-best-enterprise-social-media-management-tools/>
 oder

<https://collaboration-software.financesonline.com/c/enterprise-social-networking>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:

Leistungsumfang einer Mitarbeiter-App (eigene Darstellung nach Böhringer (2017)) 4

Abbildung 2:

Nutzen von Social-Media-Marketing für Unternehmen (Große Holtforth (2017)) 8

Literaturverzeichnis

Böhringer, Martin (2017): Wie Mitarbeiter-Apps die interne Kommunikation digital und mobil machen,
URL: <https://www.pressesprecher.com/nachrichten/wie-mitarbeiter-apps-die-interne-kommunikation-digital-und-mobilmachen-953437630>.

design2sense (2014): Flurfunk – Die Macht der informellen Kommunikation,
URL: <http://www.design2sense.com/2014/03/01/nichtraucherinseln/>.

Dörfel, Lars (2013): Endlich wächst zusammen, was zusammengehört,
URL: <https://interne-kommunikation.net/endlich-wachst-zusammen-was-zusammen-gehoert/>.

Funk, Markus (2014): 8 Baukasten-App-Anbieter im Vergleich – Eine Marktanalyse,
URL: <https://www.flyacts.com/8-baukasten-app-anbieter-im-vergleich-eine-marktanalyse>.

Große Holtforth, Dominik (2017): Erfolgsmessung im Social Media Marketing,
URL: <https://de.ryte.com/magazine/erfolgsmessung-im-social-media-marketing>.

Hellwig, Raimund (2017): Der Notfall als Chance,
1. Auflage, Beuth Verlag, Berlin, Wien, Zürich.

Meier, Philip (2002): Interne Unternehmenskommunikation im Unternehmen: Von der Hauszeitung bis zum Intranet,
Orell Fuessli, Zürich.

Impressum:

Schriftlicher Fernkurs: Feel Good Manager/-in mit optionalem Zertifikat Hochschule Fresenius – Eine Weiterbildung vom OFFICE Seminare, ein Unternehmensbereich der VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Theodor-Heuss-Str. 2–4, 53177 Bonn, Vorstand: Richard Rentrop
Telefon: 0228 9950-166 · Fax: 0228 3696-091 · Internet: www.office-seminare.de · E-Mail: info@office-seminare.de
Herausgeber: Gloria Hochgeschurz, Bonn · Produktmanagement: Lisa Pautsch, Bonn · Kursleiterin: Tanja Schott · Autorin: Pia Zumbruch ·
Satz: Ralf Görts, Köln · Druck: Zimmermann Druck + Verlag GmbH, Balve · Erscheinungsweise: 10 Lektionen

Alle Angaben in diesem Fernkurs wurden mit äußerster Sorgfalt ermittelt und überprüft. Sie basieren jedoch auf der Richtigkeit uns erteilter Auskünfte und unterliegen Veränderungen. Eine Gewähr kann deshalb nicht übernommen werden.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir weitgehend darauf, jeweils weibliche und männliche Personenbezeichnungen zu verwenden. So können z. B. Mitarbeiter, Teilnehmer, Bewerber u. a. grundsätzlich sowohl männliche als auch weibliche Personen sein.

young @office

29. + 30. August 2019
im Herzen Berlins



Deutschlands
einziges Event für
junge Assistenzkräfte
und Office-
Professionals
unter 30 Jahren.

WIR SIND ASSISTENZ 4.0

3 Keynote Vorträge und 12 Workshops

Erleben Sie Live-Hacking

Informationen-
sicherheit. Heute so
wichtig wie nie

Design und Paperless Office

Das neue
Zeit- und Effizienz-
management

Chefentlastung 4.0

Die besten Tools
und Apps für Ihren
Office-Alltag

So treten Sie souverän auf

Auch in
schwierigen
Situationen



Jetzt anmelden und Platz sichern unter:
www.youngatoffice.de oder QR Code scannen

