

# Bringen Sie Ihre Telekommunikation in Schwung mit visuellen Medien

Erfahren Sie, wie Sie mit Hilfe von Bild- und Videomaterialien die Kommunikation im Homeoffice erleichtern.



# Effektive Kommunikation auf Distanz

Die Corona-Pandemie und der dadurch vielfach bedingte Wechsel vom Büro ins Homeoffice hat uns vor neue Kommunikationsprobleme gestellt.

Die Zahl der Suchanfragen für „Homeoffice“ stieg im März sprunghaft um mehr als das Fünffache an und leitete den Wandel zu neuen Kommunikationsmustern ein.



In diesem Guide informieren wir Sie über die aktuellen Trends in der Unternehmenskommunikation und räumen mit gängigen Vorurteilen auf, die einer effektiven Kommunikation auf Distanz im Weg stehen.

Wir zeigen Ihnen, wie Sie mit nur wenigen kleinen Anpassungen Lern- und Erklärvideos, Screencasts (Videoaufnahmen von Bildschirmvorgängen), Screenshots und Bilder in Ihre Kommunikation integrieren können. Außerdem geben wir Ihnen „Best Practices“ und Tipps, wie Sie die Umstellung auf Vollzeit-Telearbeit erfolgreich bewältigen.

1 <https://www.techsmith.de/blog/lern-und-erklavideos>  
2 <https://www.techsmith.de/blog/aufnahmen-vom-desktop/>  
3 <https://www.techsmith.de/blog/was-ist-ein-screenshot/>

## Es war einmal ...

Der Gang ins Büro gehörte zum Alltag. Besprechungen wurden von Angesicht zu Angesicht abgehalten, man konnte Kollegen in der Kaffeepause einen Besuch am Schreibtisch abstatten und die Arbeit im „Homeoffice“ war für viele eine Notlösung in Ausnahmesituationen.

Inzwischen arbeitet nahezu jeder von zuhause aus, sofern dies möglich ist.

COVID-19 hat verändert, wie wir miteinander kommunizieren – nicht nur während der Krise, sondern mit großer Wahrscheinlichkeit für immer.

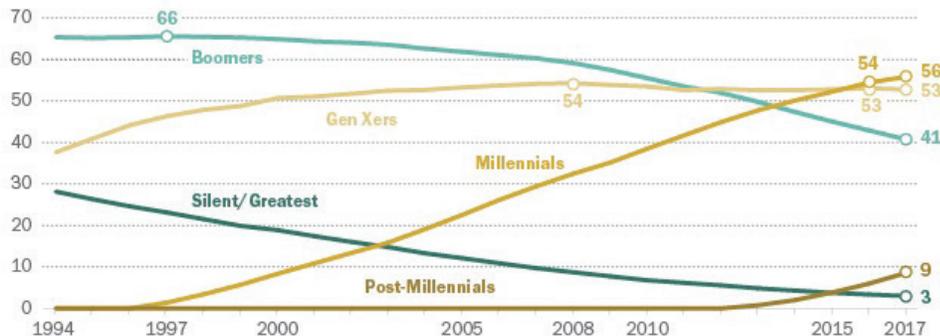
Dabei sind manche Veränderungen durchaus positiv zu bewerten.

## Wie können wir das Beste aus unserer Lage machen?

Vor knapp über 10 Jahren hat das iPhone die Handy-Welt revolutioniert. Tablets und Laptops lösen zunehmend Desktop-PCs ab. Fax-Geräte gehören inzwischen zu den Antiquitäten. Und die Millennials – all jene, die zwischen 1980 und Mitte der 90er Jahre geboren sind – machen inzwischen den größten Anteil an Berufstätigen weltweit aus.

### Millennials became the largest generation in the labor force in 2016

U.S. labor force, in millions



Note: Labor force includes those ages 16 and older who are working or looking for work. Annual averages shown. Source: Pew Research Center analysis of monthly 1994-2017 Current Population Survey (IPUMS).

PEW RESEARCH CENTER

Im Durchschnitt verbringen wir jeden Tag mehr als vier Stunden am Handy. Seit dem Corona-Lockdown steigt die Nutzung digitaler Medien stetig an.

Im Laufe des letzten Jahrzehnts haben sich unser Informationskonsum- und Kommunikationsverhalten grundlegend verändert. Nachdem die Mehrheit der Beschäftigten heute vom Homeoffice aus arbeitet, erfahren wir erst jetzt, was Kommunikation auf Distanz wirklich bedeutet.

1 <https://www.ftd.de/work-life-balance/>

2 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1110712/umfrage/veraenderung-des-konsums-digitaler-medien/>



## Bringen Sie Abwechslung in Ihre Kommunikationsstruktur

Viele Unternehmen verlassen sich bei der digitalen Kommunikation auf eingefahrene Routinen.

Die E-Mail ist zweifellos ein nützliches Hilfsmittel. Allerdings gibt es bessere Wege, um Informationen effektiv zu vermitteln, als monotone Textpassagen.

Wer der Isolation am Arbeitsplatz entgegenwirken will, muss der internen Kommunikation die gleiche Aufmerksamkeit zukommen lassen wie einer externen Kommunikationsstrategie.

Die Zeit der Text-E-Mails und Chat-Nachrichten ist passé.



Niemand hat Lust, ellenlange Texte zu lesen.

Hinzu kommt, dass viele Mitarbeiter E-Mails nahezu im Minutentakt erhalten und von der Informationsflut regelrecht überwältigt werden.

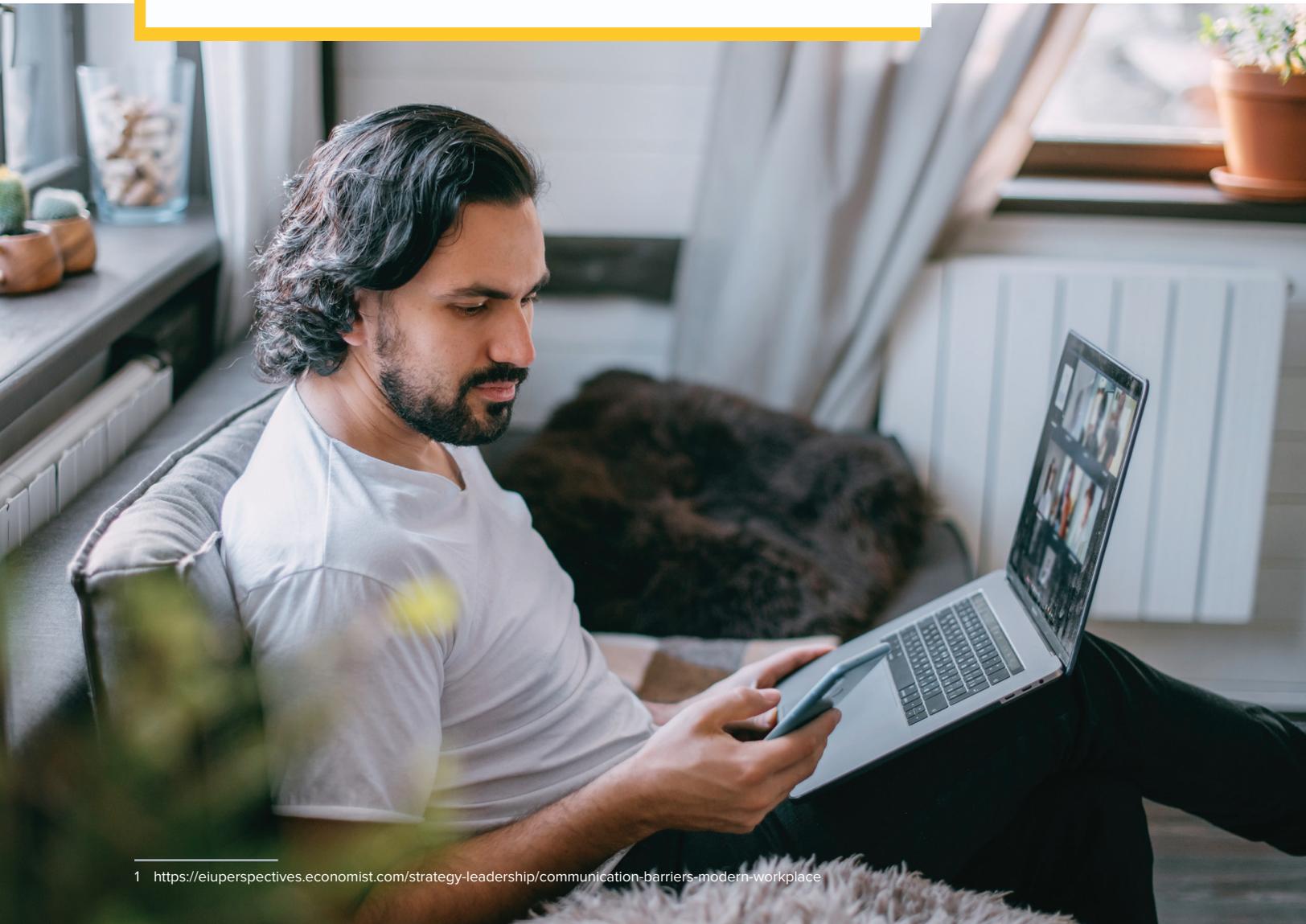
Visuelle Elemente wie Videos und Screenshots lassen sich nachweislich leichter verdauen, was die Produktivität und das Engagement der Mitarbeiter steigert. Dennoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Unternehmen mehr textbasierte E-Mails versendet, doppelt so hoch wie die Chance, dass es auf eine andere Art der Kommunikation umsteigt.

Gerade jetzt, wo die Mehrheit der Belegschaft vom Homeoffice aus arbeitet, gilt dies mehr denn je.

1 <https://www.techsmith.de/visuelle-kommunikation-studie.html>

Eine Studie der Economist Intelligence Unit zum Thema Kommunikationshürden am Arbeitsplatz zeigt:

- 60 % der Befragten verwenden E-Mail im Berufsalltag. Allerdings bezeichneten nur 40 % von ihnen diesen Kommunikationsweg als sehr effektiv.
- 44 % der Umfrageteilnehmer machten Kommunikationshürden für die Verzögerung oder Nichtvollendung von Projekten verantwortlich. Als weitere Auswirkungen wurden schlechte Arbeitsmoral (31 %), Nichteinhaltung von Leistungszielen (25 %) und Umsatzverluste (18 %) genannt.
- 31 % aller Millennials nutzen Instant-Messenger-Dienste im Berufsalltag, verglichen mit nur 12 % der Baby-Boomer.



1 <https://eiuPerspectives.economist.com/strategy-leadership/communication-barriers-modern-workplace>

# Kommunikation im Zeitalter von Telearbeit und internationalen Arbeiterteams

Technologie öffnet die Tore zum Weltmarkt für Unternehmen jeder Größe. Die geographische Verteilung des Personals und die Einführung von Telearbeitsplätzen bringt viele Vorteile mit sich. Allerdings wird die Kommunikation dadurch vielschichtiger – insbesondere, wenn noch verschiedene Zeitzonen und Sprachbarrieren dazukommen.

Eine zweijährige Studie der Stanford University ergab, dass Homeoffice-Mitarbeiter trotz dieser Hürden insgesamt produktiver sind. Die Studienteilnehmer, die von zuhause aus arbeiteten, erbrachten 13 % mehr Leistung, was einem Produktivitätsgewinn von einem zusätzlichen vollen Arbeitstag pro Woche entspricht.

9 % dieses Leistungsanstiegs sind darauf zurückzuführen, dass die Angestellten während ihrer Schicht mehr Arbeit erledigten, während 4 % angaben, dass sie in ihrem Homeoffice weniger Ablenkungen ausgesetzt seien. Nicht nur benötigten diese Studienteilnehmer weniger Pausen und Krankheitstage, auch die Fluktuationsrate halbierte sich.



Dennoch wählte die Hälfte der Teilnehmer nach Ende der Studie wieder den Weg ins Büro.

**Was war der Grund?** Sie fühlten sich zu isoliert.

Die Situation, in der wir uns heute befinden, ist völlig anders als noch vor wenigen Monaten. Zwar ist die Zahl der Telearbeiter gestiegen – doch in vielen Fällen hatten die Angestellten keine Wahl. Das bringt zusätzliche Herausforderungen für eine effektive Kommunikation mit sich.

Meetings sind mit größerem Aufwand verbunden. Video- und Telefonkonferenzen müssen irgendwie in das Familienleben eingefügt werden. Auf Distanz fällt es vielen Leuten schwerer, Körpersprache zu deuten und eine Verbindung zu ihrem Gegenüber aufzubauen.

**In einer Welt, in der wir unsere Kollegen nicht mehr persönlich sehen können, müssen wir neue Wege finden, um eine effektive Kommunikation zu gewährleisten.**

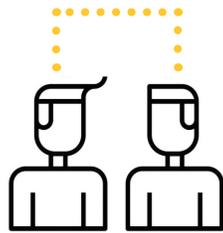
1 <https://www.forschung-und-wissen.de/nachrichten/oekonomie/produktivitaet-steigt-durch-digitalisierung-und-arbeit-im-homeoffice-13372641>



## Der aktuelle Stand der internen Kommunikation

Auch vor dem massenweisen Umstieg auf Telearbeit lief die interne Kommunikation nicht immer reibungslos ab. Selbst im klassischen Büroalltag sind die Verständigung zwischen Führungskräften und Angestellten und die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit oft problematisch.

Auch wenn alle die gleiche Sprache sprechen und dieselben Ziele verfolgen, können Kleinigkeiten zu Missverständnissen und Konflikten führen. Hinzu kommt, dass viele Unternehmen es versäumen, die Fachkompetenzen ihrer Mitarbeiter bereichsübergreifend zu nutzen.



▶ **Selbst wenn alle die gleiche Sprache sprechen und dieselben Ziele verfolgen, können Kleinigkeiten zu Missverständnissen und Konflikten führen.**

## Wie kann mein Unternehmen von visueller Kommunikation profitieren?

Jedes Unternehmen ist einzigartig, was seine Größe, Ziele, Branche und Geschäftsabläufe angeht. Dennoch können alle Unternehmen von einer Steigerung des internen Wissens- und Informationsaustauschs profitieren. Dazu gehört auch, Mitarbeitern die nötigen Werkzeuge an die Hand zu geben und die Weichen für einen Wandel in der Unternehmenskommunikation zu stellen.



# Visuelle Inhalte: Der Schlüssel zu einer effektiven Kommunikation

Videos, Screenshots und Screencasts sind effektive Kommunikationsmittel. Sie überzeugen nicht nur dadurch, dass ihre Informationen besser behalten werden, sondern auch durch ihre Vielseitigkeit.

## Drei praktische Anwendungsbereiche für visuelle Elemente in der Telekommunikation:

- 1 Onboarding-Prozesse
- 2 Interne Schulungen
- 3 Feedback

Visuelle Medien lassen sich im internen Unternehmensalltag vielseitig einsetzen, von der Mitarbeiterneueinstellung über Training bis hin zu Feedbackprozessen.

Da unser Gehirn visuelle Signale besser verarbeiten kann, spart diese Art der Informationsvermittlung Zeit und garantiert nebenbei, dass Botschaften klar und deutlich bei ihrem Publikum ankommen. Das sorgt für Kontinuität in der Kommunikation.

Wir zeigen Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie Ihre interne Unternehmenskommunikation revolutionieren. Lassen Sie uns zuvor jedoch kurz erläutern, warum Sie es sich nicht leisten können, die Sache noch länger aufzuschieben.

Unsere Studie zum Wert visueller Inhalte (The Value of Visuals) zeigt, dass viele Unternehmen Gelegenheiten zur Steigerung ihrer Produktivität und Mitarbeiterzufriedenheit ungenutzt lassen.

## Gründe, warum Ihr Unternehmen auf Videos, Screencasts und Screenshots setzen sollte:

- Botschaften werden eindeutig und prägnant vermittelt.
- Es entsteht Kontinuität in der Kommunikation.
- Sie sparen Zeit, weil Informationen schneller verbreitet werden können.
- Informationen müssen nur einmal aufbereitet bzw. geteilt werden und können immer wieder abgerufen werden.

1 <https://www.techsmith.de/visuelle-kommunikation-studie.html?wvideo=3exnie8tpt>

# Gängige Vorurteile, die dem Einsatz von visuellen Kommunikationshilfen im Weg stehen

Die Zusammenarbeit bzw. der Wissensaustausch unter Kollegen – insbesondere auf Distanz – wird durch drei häufige Fehlannahmen gebremst. Lassen Sie sich nicht davon abhalten, Ihr Unternehmen auf einen effizienteren Kommunikationsweg zu bringen.

## Gängige Vorurteile, die dem Einsatz von visuellen Kommunikationshilfen im Weg stehen (und die Sie ignorieren sollten!)

- 1 Der Zeitaufwand ist zu hoch.
- 2 Man braucht besondere Fachkenntnisse.
- 3 Der Einstieg ist zu kompliziert.

Im Folgenden betrachten wir die Vorurteile genauer und zeigen Ihnen, wie Sie diese Probleme umgehen.

## Vorurteil 1: Der Zeitaufwand ist zu hoch.

Wer Sorgen hat, dass Videos, Screencasts und Bildbearbeitung zu viel Zeitaufwand bedeuten, stellt in den allermeisten Fällen unnötig hohe Qualitätsansprüche. Bei nahezu einer Milliarde Stunden Videos, die täglich auf YouTube konsumiert werden, könnte man denken, dass nur perfekte Inhalte Erfolg versprechen.

Dabei muss nicht jedes Video oder Foto mit Perfektion glänzen. Wenn Sie merken, dass Ihr Perfektionismus Ihnen im Weg steht, hilft es, eine Pause einzulegen und sich auf Ihr Publikum zu konzentrieren. Diese beiden Faktoren bestimmen die Qualitätsanforderungen für Ihre Inhalte.

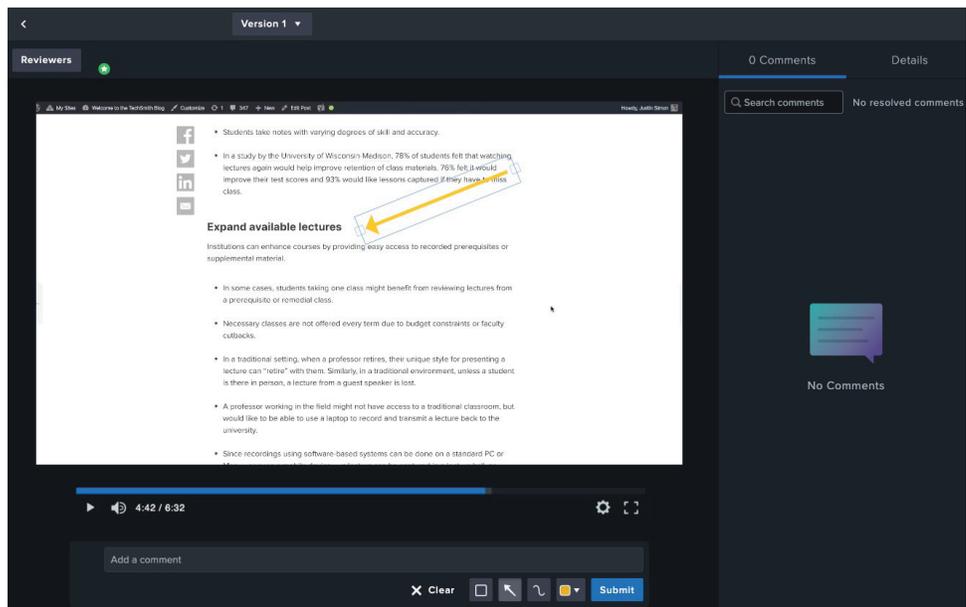
Entscheiden Sie, welche Videos höhere Priorität haben und etwas mehr Feinschliff erfordern – z. B. kundenorientierte Inhalte oder zentrale Botschaften – und welche Medien auch mit weniger Aufwand ihren Zweck erfüllen. Das fördert die Arbeitsmoral.



## Vorurteil 2: Man braucht besondere Fachkenntnisse.

Neue Wege zu beschreiten, kann manchen Menschen Unbehagen bereiten. Möglicherweise scheuen sie sich, zum ersten Mal Produzent zu spielen, oder sind sich ihrer Rolle unsicher. Dabei ist es gar nicht schwer, visuelle Medien zu erstellen.

Technologie hat unsere Kommunikation – insbesondere bei den jüngeren Generationen – verändert. Mit einer Software für die visuelle Kommunikation wie Camtasia, Snagit oder Video Review lassen sich mit nur wenigen Klicks hochwertige Bilder und Videos erstellen und teilen, die Ihre Botschaften effektiver vermitteln als textbasierte Inhalte.



In diesem Beispiel wurde ein Video aufgenommen und auf Video Review hochgeladen, sodass andere Teammitglieder es überprüfen und an relevanten Stellen Feedback geben konnten.

So konnten wir uns mit einem sechsminütigen Video die Zeit für ein Meeting sparen. Genaueres hierzu erfahren Sie auf unserem [Blog](#).

Unsere Produkte sind anwenderfreundlich, damit Sie auch ohne Vorkenntnisse direkt loslegen können. Wir wissen, dass das Erstellen von digitalen Inhalten für Schulungs- und Erklärungszwecke mit einem gewissen Zeitaufwand einhergeht. Und natürlich muss auch der Umgang mit der neuen Software erst einmal erlernt werden.

Deshalb achten wir bei der Entwicklung unserer Software auf eine intuitive Nutzung und eine flache Lernkurve.

- 1 <https://www.techsmith.de/camtasia.html>
- 2 <https://www.techsmith.de/snagit.html>
- 3 <https://www.techsmith.de/video-review.html>
- 4 <https://www.techsmith.com/blog/video-based-discussions/>

### Vorurteil 3: Der Einstieg ist zu kompliziert.

Der Umstieg auf visuelle Inhalte muss nicht aufwändig oder kompliziert sein. Schließlich ist das Ziel eine Vereinfachung Ihrer Unternehmenskommunikation. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, Informationen mit Hilfe visueller Medien zu vermitteln und damit die Kommunikation zu erleichtern.

Überlegen Sie, was Sie erreichen wollen und wie Bildmaterial dabei helfen kann. Danach geben Sie Ihren Mitarbeitern die nötigen Mittel und Unterstützung, um dieses Ziel zu verwirklichen.



## 6 Einsatzmöglichkeiten für visuelle Medien zum Soforteinstieg

Visuelle Inhalte können den Informationsaustausch auf vielerlei Weise verbessern und auch bei Telearbeit die Kontinuität Ihrer Unternehmenskommunikation gewährleisten. Die genauen Einsatzbereiche werden sich von Abteilung zu Abteilung und von Team zu Team unterscheiden, doch zum Einstieg bieten sich einige typische Anwendungsbereiche an:

### 1. Mitarbeiterführung und Weiterbildung

Die Einarbeitung neuer Mitarbeiter auf Distanz ist nicht ohne Hürden. Dabei fühlen sich die Neuzugänge von der Informationsflut leicht überwältigt.

Vereinfachen Sie Ihren Onboarding-Prozess mit Hilfe von Screencasts, in denen Sie Ihre wichtigsten Betriebsvorgänge in Wort und Bild erklären.



So können Ihre Mitarbeiter die Informationen bei Bedarf jederzeit erneut aufrufen und Sie sparen sich die Zeit für individuelle Einweisungen per Videokonferenz.



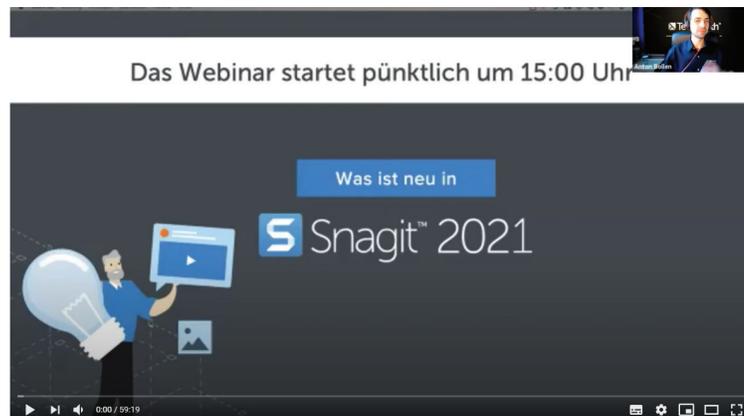
## 2. Software-Rollout und Training

Nutzen Sie Screenshots und Screencasts, um Ihre Mitarbeiter mit neuen Programmen und Softwareanwendungen vertraut zu machen. Zeichnen Sie Antworten auf häufige Fragen auf, sodass Ihre Mitarbeiter die nötigen Informationen stets parat haben.

## 3. Aufzeichnung von Webinaren und Live-Veranstaltungen

Wann immer Ihre Marketing- und Produktteams ein Webinar oder eine Live-Veranstaltung für Kunden abhalten, können Sie die Aufzeichnungen intern bereitstellen und so Ihre Mitarbeiter auf dem Laufenden halten. Die Inhalte werden so oder so erstellt – nutzen Sie diese daher so umfassend wie möglich.

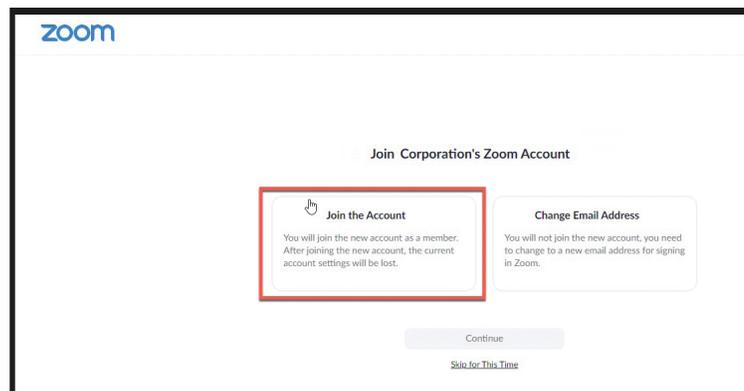
Hier ist ein Beispiel für ein Webinar, das wir für TechSmith erstellt haben:



## 4. Informationsvermittlung

Zur Informationsvermittlung gehören Updates, die Bereitstellung von Kontext und Hintergrundinformationen sowie das Teilen von Ergebnissen. Meist sind die Mitglieder der Abteilung, aus der die Informationen stammen, am besten in der Lage, diese schnell und verständlich zu erklären.

Mit einem einfachen Bild können Sie Informationen klar und anschaulich vermitteln.

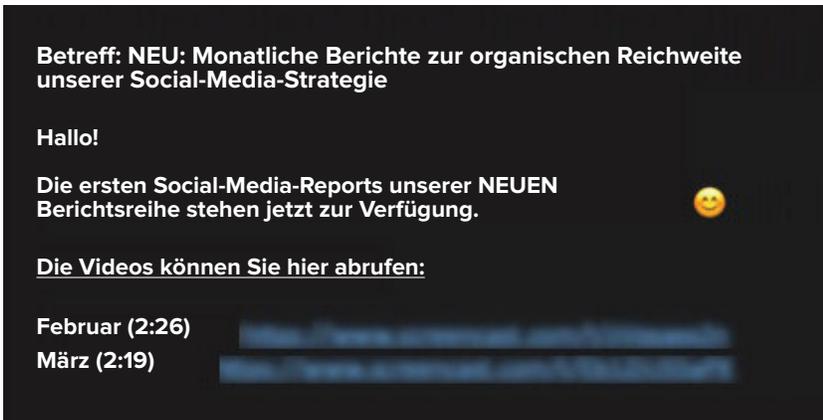


1 <https://www.youtube.com/watch?v=FuM6GwOp2H8>

## 5. Buzz-Marketing

Wenn Sie Begeisterung für eine Veranstaltung, neue Chancen oder Unternehmensfortschritte unter Ihren Mitarbeitern wecken wollen, sind energiegeladene Videos das richtige Mittel. Dabei macht es Sinn, dass die jeweils verantwortlichen Teams auch die Video-Produktion übernehmen.

Wenn beispielsweise Ihr Social-Media-Team monatliche Berichte erstellt, bietet es sich an, die Informationen in einem Video zu teilen, das auch den Mitarbeitern in anderen Unternehmensbereichen zur Verfügung gestellt werden kann.



## 6. Feedback

Es ist nicht immer einfach, Feedback zu geben oder einzustecken. In vielen Fällen müssen die Teams lange auf Rückmeldung zu ihren Inhalten oder Projekten warten. Oft kommt das Feedback schließlich in Form von langen Texterklärungen, die Spielraum für Interpretationen lassen.



Hier bietet der visuelle Weg Vorteile, denn damit können einzelne Punkte gezielt hervorgehoben werden, sodass weniger E-Mails hin- und hergeschickt werden müssen und schneller ein Konsens erreicht werden kann. Auch Freigabeverfahren laufen so schneller und reibungsloser ab.

# In kleinen Schritten zum Ziel

Wir empfehlen all unseren Kunden, klein anzufangen. Beginnen Sie damit, einige Vorreiter zu identifizieren, die bereits visuelle Inhalte teilen oder von der Idee begeistert sind, und geben Sie diesen die nötigen Hilfsmittel an die Hand. Sobald ein paar Leute anfangen, Videos, Screencasts oder Screenshots in ihre Kommunikation einzubinden, zieht der Rest der Gruppe gewöhnlich nach.

Sie werden feststellen, dass das Publikum und die Beteiligung nach und nach wachsen. Kollegen werden fragen, wie die Inhalte erstellt wurden, und immer mehr von ihnen werden ebenfalls in die visuelle Kommunikation einsteigen wollen. Sobald Sie an diesem Punkt angelangt sind, können Sie Ihre Verfahren optimieren und standardisierte Prozesse einführen.

## 1. Schritt: Tappen Sie nicht im Dunkeln

Binden Sie Ihre Mitarbeiter in den Entscheidungsprozess ein. Fragen Sie, welche Art der Kommunikation sie bevorzugen und mit welchen Problemen sie zu kämpfen haben. So können Sie die Ziele und Anforderungen Ihres Unternehmens genau bestimmen.

## 2. Schritt: Setzen Sie auf Influencer

Identifizieren Sie Mitarbeiter, die bereits aktiv am Wissenstransfer beteiligt sind oder Interesse daran bekundet haben, und machen Sie diese zu Ihren Vorreitern.

## 3. Schritt: Schaffen Sie klare Erwartungen

Geben Sie Ihren Mitarbeitern triftige Gründe, warum sie visuelle Inhalte nutzen sollten: Welche Vorteile bringt es für sie? Wie viel Zeit können sie dadurch sparen? Und wie lassen sich Arbeitsabläufe damit verbessern?

## 4. Schritt: Führen Sie ein internes Kommunikationsportal ein

So schaffen Sie eine Informationszentrale, die sämtliche Hilfsmittel und Ressourcen wie Anleitungen oder Vorlagen an einem Ort vereint.

## 5. Schritt: Kultivieren Sie neue Kommunikationsansätze

Lassen Sie diese neue Art der Kommunikation Ihr Unternehmen durchdringen. Schaffen Sie neue Gewohnheiten, indem Sie Mitarbeiter ermutigen, regelmäßig – z. B. einmal im Monat – neue Bilder, Videos oder Screencasts zu erstellen.





## Wie lässt sich all das erfolgreich umsetzen?

Vielleicht stellen auch Sie sich jetzt diese Frage.

Der Umstieg auf Telearbeit hat zahlreiche Änderungen mit sich gebracht. Viele davon haben damit zu tun, wie wir mit unseren Mitmenschen kommunizieren.

Anstatt krampfhaft zu versuchen, alte Kommunikationswege in einem neuen Umfeld zu verfolgen, haben wir uns an die neue Situation angepasst.

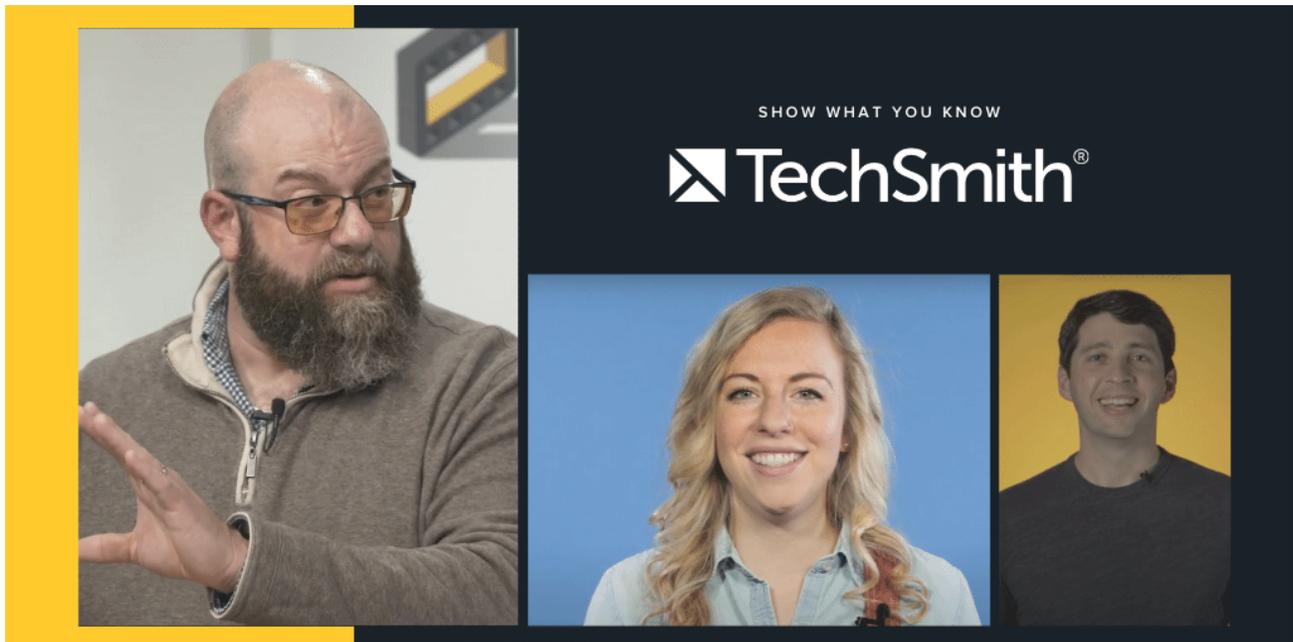
Wir halten Videokonferenzen mit unseren Kollegen ab, nur um zu sehen, wie es ihnen geht. Nachdem wir uns nicht mehr im Büro treffen, nehmen wir vermehrt Videos auf, in denen wir anderen Abläufe und Prozesse erklären. Wir machen Screenshots unserer Dashboards und teilen diese mit unserem Team.

Der Umstieg auf eine neue Art der Kommunikation muss nicht schwierig sein. Aller Anfang ist schwer, aber kein Problem ist so groß, dass es nicht überwunden werden kann. Mit den Tipps in diesem Guide finden Sie den richtigen Einstieg.

Eine erfolgreiche Kommunikation liegt in Ihrer Hand.

# Über TechSmith

Seit mehr als 30 Jahren lassen sich mit den Softwarelösungen von TechSmith Inhalte visuell und damit effektiver vermitteln. Schulungen, Tutorials, Anleitungen – jede Art von Kommunikation wird durch Bilder und Videos vereinfacht.



Auch bei der Hochschulbildung kommen unsere vielseitigen und benutzerfreundlichen Produkte Camtasia, Snagit und Knownia (ehemals TechSmith Relay) zum Einsatz. So haben wir bereits hunderttausende von Dozenten weltweit dabei unterstützt, mit Hilfe von Videos und anderen visuellen Inhalten aktive Lerngemeinschaften im Internet aufzubauen.

Egal, ob Sie blutiger Anfänger oder erfahrener Profi sind, was E-Learning angeht: In diesem Ratgeber erfahren Sie, wie Sie virtuelle Lerngemeinschaften aufbauen, in denen alle Teilnehmer motiviert, interessiert und letztlich erfolgreich sind.





## Show What You Know

 TechSmith Snagit™

 TechSmith Camtasia™

 TechSmith Knowmia®  
FORMERLY TECHSMITH RELAY®

---

### TechSmith Vertrieb:

 +1 (517) 381 2300 EXT. 805  [www.techsmith.de](http://www.techsmith.de)