



Verbessern Sie Ihre interne Kommunikation



Wie Sie mit visuellen
Inhalten Zusammenarbeit
und Produktivität am
Arbeitsplatz fördern



Inhalt

03 / Einführung

04 / Bringen Sie mehr Abwechslung in Ihre Kommunikationsstruktur

05 / Kommunikation im Zeitalter von Großraumbüros und internationalen Mitarbeiterteams

06 / Der aktuelle Stand der internen Kommunikation

07 / Was bedeutet das für mein Unternehmen?

08 / Wie könnte der Einsatz von visuellen Medien Ihre Unternehmenskommunikation verbessern?

09 / Tipps für den Einstieg

09 / Vorurteile, die dem Wissensaustausch im Weg stehen

10 / Arbeiten Sie schneller und effektiver

10 / 6 Einsatzmöglichkeiten für visuelle Medien zum Soforteinstieg

11 / In kleinen Schritten zum Ziel

12 / Legen Sie los



Erinnern Sie sich fünf Jahre zurück.

Damals war die iPhone-Revolution gerade mal sieben Jahre alt. Tablets und Laptops setzten sich immer mehr als Alternativen zu Desktop-PCs durch. Faxmaschinen hatten noch eine Daseinsberechtigung und die Arbeitswelt begann, sich mit dem Eintritt der ersten Mitglieder der „Millennials“-Generation zu wandeln. Heute verbringt jeder von uns durchschnittlich mehr als vier Stunden täglich am Telefon und Millennials dominieren den Arbeitssektor – kaum zu glauben, was sich in diesen wenigen Jahren alles verändert hat!

Mit der Technologie als Katalysator hat sich die Art und Weise, wie wir Informationen aufnehmen und kommunizieren, grundlegend gewandelt – und das in einem kürzeren Zeitraum als je zuvor. Für die meisten von uns ist diese neue Art der Kommunikation mit privaten und Kundenkontakten inzwischen zur Selbstverständlichkeit geworden. Statt zum Telefonhörer zu greifen, kommunizieren wir per SMS und Videochat, und unsere E-Mail-Kampagnen enthalten heute GIFs und Emojis. Dennoch sträuben sich viele Unternehmen, diese Änderungen in die interne Kommunikation zu übernehmen.

Das Ergebnis? Produktivitätsverluste, Wettbewerbseinbußen, Beeinträchtigung der Zusammenarbeit und ein geringeres Mitarbeiterengagement.

In diesem Guide informieren wir Sie über die aktuellen Trends im Geschäftsalltag und erklären, welche gängigen Vorurteile einer effektiven Unternehmenskommunikation im Weg stehen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie mit nur wenigen kleinen Anpassungen Videos, Screencasts (Bildschirmaufnahmen), Screenshots und Fotos in Ihre Kommunikation integrieren können. Außerdem geben wir Ihnen „Best Practices“-Tipps, wie Sie Ihre Mitarbeiter erfolgreich einbinden.



Bringen Sie mehr Abwechslung in Ihre Kommunikationsstruktur.

Viele Menschen bringen ihre persönlichen Kommunikationspräferenzen mit ins Büro: Sie erwarten schnelle Antworten, wünschen sich Flexibilität und sind weniger auf persönlichen Kontakt angewiesen, um sich verbunden zu fühlen. Das führt dazu, dass viele Unternehmen ihre Kommunikation eher monoton gestalten. Mit anderen Worten: Nahezu alle Interaktionen spielen sich über einfache Text-E-Mails ab. Wenn wir dies damit vergleichen, wie wir in unserer Freizeit kommunizieren – mit Fotos, Videos, visuellen Signalen, GIFs usw. nämlich alles andere als monoton – wird die Kluft nur allzu deutlich.

Die E-Mail ist zweifellos ein wichtiger Kommunikationsweg. Aber wenn sich die Kernaussage hinter ellenlangem Text verbirgt, geht die Botschaft oft verloren. Viele Mitarbeiter erhalten E-Mails nahezu im Minutentakt – kein Wunder, dass sie mit dem Lesen überfordert sind. Visuelle Elemente wie Videos und Screenshots lassen sich nicht nur nachweislich¹ leichter verdauen, sondern fördern die Produktivität und das Engagement. Dennoch ist die Wahrscheinlichkeit eines Unternehmens, verstärkt auf Text-E-Mails zu setzen, doppelt so hoch wie die Chance, dass es auf eine andere Art der Kommunikation umsteigt.

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

- 31 % aller Millennials nutzen Instant-Messenger-Dienste im Arbeitsalltag, verglichen mit nur 12 % der Baby-Boomer.
- 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.
- 60 % der Befragten verwenden E-Mail im Berufsalltag. Allerdings bezeichneten nur 40 % von ihnen diesen Kommunikationsweg als sehr effektiv.

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



Kommunikation im Zeitalter von Großraumbüros und internationalen Mitarbeiterteams

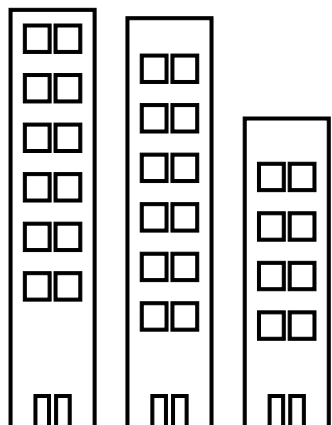
Technologie öffnet die Tore zum Weltmarkt für Unternehmen jeder Größe. Die geografische Verteilung des Personals und die Einführung von Telearbeitsplätzen bringt viele Vorteile mit sich. Allerdings wird die Kommunikation dadurch vielschichtiger – insbesondere, wenn noch verschiedene Zeitzonen und Sprachbarrieren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

Eine zweijährige Studie¹ der Stanford University ergab, dass die Produktivitätsgewinne durch Telearbeit einem zusätzlichen vollen Arbeitstag pro Woche entsprechen bzw. Homeoffice-Mitarbeiter 13 % mehr Leistung erbringen. 9 % dieses Leistungsanstiegs sind darauf zurückzuführen, dass Telemitarbeiter während ihrer Schicht mehr Arbeit erledigen, während 4 % darauf zurückgehen, dass sie in ihrem Homeoffice weniger Ablenkungen ausgesetzt sind. Zudem benötigten die Studienteilnehmer weniger Pausen, nahmen weniger Krankheitstage in Anspruch und die Fluktuationsrate halbierte sich. Dennoch wählte die Hälfte der Teilnehmer nach Ende der Studie den Wiedereintritt ins Büroleben. Was war der Grund? Sie fühlten sich zu isoliert.



¹ <https://www.inc.com/scott-mautz/a-2-year-stanford-study-shows-astonishing-productivity-boost-of-working-from-home.html> (abgerufen im August 2019)

Offene Bürokonzepte bringen ebenfalls Probleme mit sich. Ursprünglich sollten Großraumbüros die Zusammenarbeit fördern (Grundgedanke: Mitarbeiter, die sich sehen, sprechen miteinander). Doch inzwischen steht dieses Konzept in der Kritik. Es ist zwar bekannt, dass Kollaboration in direktem Zusammenhang mit Erfolg steht, doch wie sich herausstellte, sind offene Bürolandschaften nicht förderlich für den kollegialen Austausch. Im Gegenteil: Eine aktuelle Studie² der Harvard Business School zeigt, dass Mitarbeiter in offenen Büros 73 % weniger Zeit damit verbringen, persönliche Gespräche mit ihren Kollegen zu führen.



Mitarbeiter in Großraumbüros verbringen

► **73 % weniger**

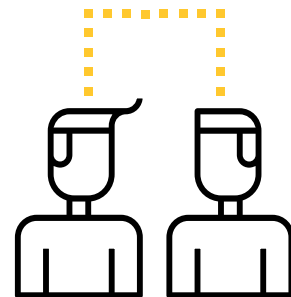
Zeit im persönlichen Gespräch

Der aktuelle Stand der internen Kommunikation

Auch ohne Telearbeit oder offene Bürolandschaften treten Probleme bei der internen Kommunikation auf. Für viele Unternehmen stellen die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit sowie die Kommunikation zwischen Führungskräften und Angestellten Herausforderungen dar. Selbst wenn alle die gleiche Sprache sprechen und dieselben Ziele verfolgen, können Kleinigkeiten zu Missverständnissen und Konflikten führen.

Hinzu kommt, dass viele Organisationen es versäumen, die Fachkompetenzen ihrer Mitarbeiter bereichsübergreifend zu nutzen. Wenn ein Angestellter in Rente geht oder zu einer anderen Firma wechselt, nimmt dieser in vielen Fällen seinen gesamten Fundus an Wissen mit – ein Szenario, das als „Braindrain“ bezeichnet wird.

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



² <https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rstb.2017.0239> (abgerufen im August 2019)



Was bedeutet das für mein Unternehmen?

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 Werkzeuge an die Hand zu geben, die sie für ihren Erfolg benötigen, sowie die Voraussetzungen für einen Wandel in der Unternehmenskommunikation zu schaffen.

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. (Nach drei Tagen erinnern sich Menschen an 65 % der Botschaft, wenn diese von einem Bild begleitet wurde, verglichen mit 10 % ohne Bild.)

Leider werden sie oft nur für besonders wichtige externe Mitteilungen genutzt, obwohl visuelle Inhalte auch intern ihren Platz haben – von der Mitarbeitereinführung 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.

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.

Wir zeigen Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie Ihre Geschäftskommunikation revolutionieren. Lassen Sie uns zuvor jedoch kurz erläutern, warum Sie es sich nicht leisten können, die Sache noch länger aufzuschieben. Unsere aktuelle Studie zum Wert visueller Inhalte „Der Mehrwert von Bild- und Videomaterial“¹ zeigt, dass Unternehmen Chancen ungenutzt lassen, ihre Produktivität zu steigern und die Mitarbeiterzufriedenheit zu erhöhen.

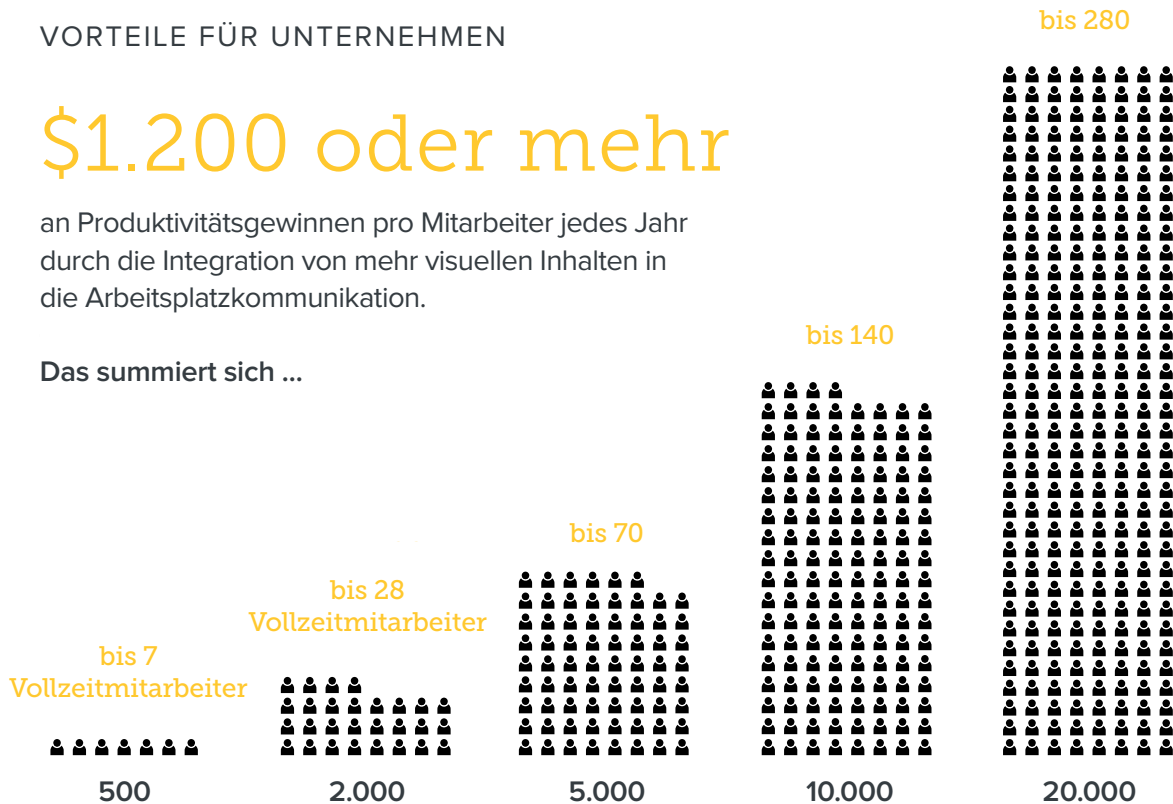
Wie könnte der Einsatz von visuellen Medien Ihre Unternehmenskommunikation verbessern?

VORTEILE FÜR UNTERNEHMEN

\$1.200 oder mehr

an Produktivitätsgewinnen pro Mitarbeiter jedes Jahr durch die Integration von mehr visuellen Inhalten in die Arbeitsplatzkommunikation.

Das summiert sich ...



Ihr Unternehmen	Ihre Mitarbeiter
<p>Durch eine effektive visuelle Kommunikationsstrategie könnten Unternehmen pro Jahr \$1.200 an Produktivitätsgewinnen verzeichnen – und das pro Mitarbeiter.</p> <p>Bei einem Unternehmen mit 500 Angestellten entspräche dies der Arbeitskraft von sieben zusätzlichen Vollzeitmitarbeitern pro Jahr.</p> <p>79 % aller Arbeitnehmer sind überzeugt, dass ihr Unternehmen von Screenshots oder Videos profitieren würde.</p>	<p>Gewinnen 33 Minuten und 36 Sekunden pro 40-Stunden-Woche hinzu.</p> <p>Verarbeiten Informationen 7 % schneller, wenn diese visuell vermittelt werden.</p> <p>Jüngere Mitarbeiter wünschen sich doppelt so häufig mehr visuelle Kommunikation am Arbeitsplatz.</p>

¹ <https://www.techsmith.de/visuelle-kommunikation-studie.html> (abgerufen im August 2019)

Tipps für den Einstieg

Vorurteile, die dem Wissensaustausch im Weg stehen

Die Zusammenarbeit bzw. der Wissensaustausch unter Kollegen wird durch drei häufige Vorurteile gebremst. Lassen Sie sich von diesen Fehlannahmen nicht davon abhalten, Ihr Unternehmen auf einen effizienteren Kommunikationsweg zu bringen. 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. Aber nicht jedes Video muss oscarreif sein. Wenn Sie merken, dass Ihr Perfektionismus Ihnen im Weg steht, hilft es, eine Pause einzulegen und sich auf das Ziel und Publikum Ihres Videos zu konzentrieren. Diese beiden Faktoren bestimmen die Qualitätsanforderungen für Ihr Video. 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

Der Gedanke, auf eine visuelle Informationsvermittlung umzusteigen, kann ein wenig einschüchternd sein. Viele Menschen scheuen 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 wie [Camtasia](#) oder [Snagit](#) lassen sich mit nur wenigen Klicks hochwertige Bilder und Videos erstellen und teilen, die Ihre Botschaften effektiver vermitteln als textbasierte Inhalte.

Vorurteil 3: Der Einstieg ist 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.

Arbeiten Sie schneller und effektiver

6 Einsatzmöglichkeiten für visuelle Medien zum Soforteinstieg

Visuelle Inhalte können den Informationsaustausch auf vielerlei Weise verbessern und 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. Mitarbeitereinführung und Weiterbildung:** Die Einweisung neuer Mitarbeiter kostet wertvolle Zeit – besonders, wenn diese im Rahmen eines klassischen Präsenztrainings erfolgt. 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 persönliche Einweisungen.
- 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.
- 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.
- 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 Vertriebsteam die Verkaufsquoten übertroffen hat, dürfen diese guten Neuigkeiten durchaus mit dem Rest des Unternehmens geteilt werden.
- 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:** Verlassen Sie sich nicht auf Vermutungen. 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:** 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:** Bleiben Sie dran. 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.

Legen Sie los

Der Umstieg auf eine neue Art der Kommunikation muss nicht schwierig sein. Mit den richtigen Hilfsmitteln, dem nötigen Wissen und Unterstützung aus der Führungsebene wird die Integration visueller Inhalte in den Unternehmensalltag zu einem reibungslosen Prozess.

Sind Sie bereit, loszulegen?

Ideen, Ratschläge und Inspiration landen direkt in Ihrem Postfach, wenn Sie sich für unseren monatlichen [**TechSmith Newsletter anmelden**](#). Von Blog-Artikeln über Tutorials bis hin zu umfassenden Guides finden Sie in unserem Newsletter alles, was Sie brauchen, um Ihre Unternehmenskommunikation ins visuelle Zeitalter zu bringen.

