

Digitale interne Kommunikation

Die interne Kommunikation in Unternehmen hat aufgrund der voranschreitenden Digitalisierung einen bedeutenden Wandel vollzogen. Insbesondere die Auswirkungen der SARS-COV-2-Pandemie haben diese Entwicklung enorm beschleunigt. Online-Kommunikationstools sind mittlerweile in den meisten Unternehmen omnipräsent und werden von den Mitarbeiter/-innen täglich für unterschiedliche Aufgaben eingesetzt. Dabei können bedeutende Einsatzfelder für eine effiziente und emotional bindende interne Kommunikation innerhalb von Unternehmen identifiziert werden.



Dr. Marc-Julian Thomas
ist Senior Expert IT Solution Management bei *Vodafone*. Bevorzugte Forschungsgebiete: Social Media, Digitale Kommunikation, Agiles Projektmanagement.



Dr. Marc Elsässer
ist in der Unternehmenskommunikation bei *ZEISS* tätig. Bevorzugte Forschungsgebiete: Marketing, Marketingkommunikation, Social Media Marketing, Interne Kommunikation, Markenmanagement.

Stichwörter: Digitale interne Kommunikation, Online-Kommunikationstools, Digitalisierung, Kollaboration, Neue Normalität

Die interne Unternehmenskommunikation hat in den letzten Jahren aufgrund der zunehmenden Digitalisierung sowohl in der Forschung als auch in der Unternehmenspraxis stark an Bedeutung gewonnen. Ein zusätzlicher Treiber dieser Entwicklung stellen die Auswirkungen rund um die SARS-COV-2-Pandemie auf die Arbeitswelt dar, in der viele Mitarbeiter/-innen vermehrt aus dem Homeoffice arbeiten. Aufgrund der pandemiebedingten Umstände mussten viele Unternehmen ihre Digitalisierungsanstrengungen schneller vorantreiben – dies auch mit erheblichen Auswirkungen auf die interne Kommunikation. Neben einem verstärkten

Einsatz digitaler Instrumente werden zunehmend auch Online-Kommunikationstools genutzt. Diese Entwicklung stellt nicht nur einen kurzfristigen Effekt dar, der mit dem Ende der Pandemie wieder verpufft sein wird. Vielmehr steht die rasante Digitalisierung sinnbildlich für eine nachhaltige Veränderung des gesellschaftlichen und ökonomischen Handelns, weshalb man auch von der ‚neuen Normalität‘ spricht.

Viele Unternehmen sehen sich der Fragestellung ausgesetzt, wie die interne Kommunikation derart gestaltet werden kann, dass sowohl Inhalte effektiv und effizient an interne Zielgruppen vermittelt werden, gleichzeitig aber auch trotz örtlicher Distanz die emotionale Bindung zu den Mitarbeiter/-innen aufrechterhalten werden kann. Hier setzt dieser Beitrag an und stellt die aktuell wichtigsten Einsatzfelder der digitalen internen Kommunikation vor.

1. Einsatzfelder

Die breitgefächerten Einsatzfelder der digitalen internen Kommunikation gewinnen in der Unternehmenspraxis zunehmend an Bedeutung. Dies liegt vor allem daran, dass die Pandemie die Unternehmen innerhalb kürzester Zeit dazu gezwungen hat, den jeweils besten digitalen Kommunikationspfad für die Vielzahl der zu kommunizierenden Themen zu erschließen.

In diesem Zusammenhang lassen sich verschiedene Themenfelder identifizieren, in denen Unternehmen im Rahmen der internen Kommunikation auf digitale Kanäle zurückgreifen. Dazu zählen **Online Townhall Meetings** per Stream, z.B. im Rahmen von Quartals- oder Jahresberichten (vgl. zu Online Townhall Meetings auch *Aversa/MacCall*, 2013, S. 155). In Kombination mit Online Townhall Mee-

tings werden oftmals auch **Online Befragungstools** eingesetzt, um z.B. Fragen an die Referenten zu stellen.

Bei Abstimmungen in kleineren Runden, z.B. Abteilungsrunden, erfolgt zumeist der Einsatz von **Online-Videokonferenzen**. Diese ermöglichen den Teilnehmern eine aktive Teilnahme (vgl. zu Online-Videokonferenzen auch *Barrett/Murphy, 2020, S. 3*). Ein weiterer Vorteil von Online-Videokonferenzen liegt darin, dass auch Gestik und Mimik der Teilnehmer transportiert werden.

Aufgrund der Pandemie werden Online-Videokonferenzen neben dem rein fachlichen Informationsaustausch vermehrt auch für den formlosen Austausch verwendet. Ein Beispiel hierfür: sogenannte **Virtual Coffee Calls**. Diese wirken positiv auf die emotionale Bindung zwischen Mitarbeiter/-innen und zum Unternehmen. Darüber hinaus versuchen Unternehmen, ihre **Online-Mitarbeiterangebote** beispielsweise in Form von E-Learning zu erweitern beziehungsweise zu verbessern. Dazu können unter anderem **Online-Sportaktivitäten** gezählt werden, die beispielsweise als Video-Stream oder -Konferenz angeboten werden.

Ebenfalls der Pandemie geschuldet wurden im Winter 2020 häufig **Online-Weihnachtsfeiern** durchgeführt. Da Weihnachtsfeiern zumeist ein wichtiger Aspekt für die emotionale Bindung von Mitarbeiter/-innen an Unternehmen sind, wurde die digitale Alternative als Ersatzlösung für Präsenzveranstaltungen akzeptiert.

Eine weitere Ausprägung der digitalen internen Kommunikation stellt die Verwendung von **kollaborativen Online-tools** dar. Diese unterstützen den Austausch zwischen Kollegen während der gemeinsamen Entwicklung und Strukturierung von Themen. Dabei können z.B. sog. gelbe Zettel, auch „Sticky Notes“ genannt, an digitale Whiteboards angebracht oder Tabellen erstellt und Skizzen gezeichnet werden.

Die genannten Beispiele zeigen, dass eine Vielzahl digitaler Instrumente entstanden ist, die aktuell die interne Kommunikation prägen. Im Folgenden sollen die einzelnen Tools und deren Ausgestaltung überblickartig skizziert werden.

2. Online-Kommunikationstools

Zu den Online-Kommunikationstools gehören schon seit längerem **Online-Dateispeicher** und Online-Freigabelösungen. Hierdurch werden der Zugriff und das Speichern aller Dateien in der Cloud ermöglicht. Unabhängig von der Nutzung eines Desktop-PCs, eines Laptops, eines Smartphones oder eines Tablets können somit Dokumente einfach mit Kollegen geteilt und parallel von mehreren Personen bearbeitet werden (vgl. *Bykov et al., 2020, S. 304*).

Darüber hinaus sind spätestens seit Beginn der Pandemie **Online-Partizipationstools** und Moderationstools stark in

den Fokus der internen Kommunikation gerückt. So ermöglichen diese beispielsweise ein schnelles Einholen von Stimmungsbildern im Rahmen von Online-Workshops.

Ein weiteres Tool für die interne Kommunikation im Audio- und Videoformat stellen **Online-Videokonferenzen** dar. Zusätzlich können unter Verwendung dieses Instruments einzelne Mitarbeiter/-innen ihre Bildschirme zur Einsicht freigeben, wodurch erarbeitete Inhalte für alle Kollegen sichtbar werden (vgl. *Crawley, 2021, S. 26*).

In der digitalen internen Kommunikation werden zunehmend auch **Online-Whiteboards** eingesetzt. Diese ermöglichen die kollaborative Zusammenarbeit über eine visuelle Plattform, die zeitgleich von allen Teilnehmern eingesehen und bearbeitet werden kann. Dabei werden Online-Whiteboards häufig in Kombination mit Online-Videokonferenzen genutzt, so dass sich die Teilnehmer zusätzlich über Audio und gegebenenfalls Video miteinander austauschen können.

Neben den Online-Kommunikationstools, die zumeist nur auf einen Teilbereich der internen Kommunikation fokussieren, existieren auch **Online-Kommunikationsplattformen**, die mehrere der bereits vorgestellten Funktionen ermöglichen beziehungsweise koppeln. So stellen diese gegenüber reinen Online-Videokonferenztools eine Reihe an Zusatzfunktionalitäten dar, die für Workshops und Meetings als auch fortlaufende gruppenspezifische Arbeiten nützlich sind. Dazu gehören unter anderem eine Video-Chat-Software mit Speicherfunktion sowie Integrations-, Ordnungs- und Speichermöglichkeiten von Dokumenten und Präsentationen (vgl. zu Online-Kommunikationsplattformen auch *Archibald et al., 2019, S. 2*).

Zu den weiteren Tools, die unter anderem bei der Erarbeitung einer Agenda für Meetings oder Workshops unterstützend eingesetzt werden, gehören **Onlinemeeting-Planungstools**. Onlinemeeting-Planungstools unterstützen gerade bei internationalen internen Calls die Berücksichtigung der verschiedenen Zeitzonen der einzelnen Mitarbeiter/-innen.

Ebenfalls existieren **Online-Notiztools**, die das Notieren, Organisieren und Strukturieren verschiedener Informationen an einer zentralen Stelle inklusive des Speicherns nützlicher Links und Screenshots ermöglichen.

In der internen Unternehmenskommunikation erfolgt auch die Verwendung von **Online-Aufgabenverwaltungstools**. Diese ermöglichen die kollaborative Organisation, Steuerung und Abarbeitung von Aufgaben beispielsweise anhand der Kanban-Methodik. So können Aufgaben zu Boards hinzugefügt als auch zeitlich verschoben sowie Abhängigkeiten der einzelnen Aufgaben zueinander markiert werden. Den einzelnen Aufgaben können beispielsweise Text, Dokumente und Bilder angehängt werden (vgl. *Burgess, 2018, S. 1 ff.*). Zu den Aufgaben können verschiedene Auswer-

Online-Kommunikationstool	Funktion und Wertschöpfung	Beispiele
Online-Datenspeicher	<ul style="list-style-type: none"> • Dateispeicher- und Freigabelösungen • Zugriff und Speichern von Dateien in der Cloud • Nutzung mit Desktop-PCs, Laptops, Smartphones, Tablets • Teilen und gleichzeitiges bearbeiten von Dokumenten von internen Mitarbeiter/-innen 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>One Drive</i> • <i>DropBox</i> • <i>Google Drive</i>
Online-Partizipations- und Moderationstools	<ul style="list-style-type: none"> • Partizipations- und Moderations-Tool • Schnelle Meinungsumfragen bei Online-Workshop-Teilnehmern • Einsatz im Rahmen von Online-Trainings • Quiz zur Vertiefung des Gelernten • Schnelle Evaluierung der Umfrage-Ergebnisse 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Mentimeter</i> • <i>Kahoot</i> • <i>Sli.do</i>
Online-Videokonferenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Interne Kommunikation im Audio- und Video-Format • Screensharing von Mitarbeiter/-innen • Navigation der Teilnehmer in separate Breakout-Sessions 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Zoom</i> • <i>Skype</i>
Online-Whiteboards	<ul style="list-style-type: none"> • Kollaborative Zusammenarbeit von internen Mitarbeiter/-innen über eine visuelle Online-Plattform • Simultane Bearbeitung von allen Mitarbeiter/-innen innerhalb von Brainstorming • Kombination von Online-Whiteboards mit Videokonferenzen möglich 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Miro</i> • <i>Mural</i>
Online-Kommunikationsplattformen	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung von reinen Videokonferenz-Tools • Nützlich für Workshops, Meetings, gruppenspezifische Arbeiten • Verfügbarkeit von Video-Chat-Software (mit Speicherfunktion) • Integrations- und Speichermöglichkeiten für Dokumente und Präsentationen 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Microsoft Teams</i> • <i>Slack</i>
Onlinemeeting-Planungstools	<ul style="list-style-type: none"> • Tool zur Moderation von Workshops • Unterstützung von Theoriephasen, teambildenden Maßnahmen und Bearbeitung von Dokumenten • Simultane Kommentarfunktion und Revisionsverfolgung von Teilnehmern 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>SessionLab</i> • <i>Google Sheets</i>
Online-Notiztools	<ul style="list-style-type: none"> • Notieren, Organisieren und Strukturieren verschiedener Informationen • Speicherfunktion für nützliche Links und Screenshots 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Evernote</i> • <i>OneNote</i> • <i>Google Drive & Docs</i>
Online-Aufgabenverwaltungstools	<ul style="list-style-type: none"> • Kollaborative Organisation, Steuerung und Abarbeitung von Aufgaben • Aufgaben hinzufügen, planen und Abhängigkeiten zwischen Aufgaben verwalten • Aufgaben Texte, Dokumente und Bilder zuordnen • Erstellung von Reportings • Verfolgung von Produktivitätsfortschritten 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Trello</i> • <i>Todoist</i> • <i>JIRA</i>
Online-Umfragetools	<ul style="list-style-type: none"> • Befragung von Teilnehmern eines Workshops. • Online-Umfrage als Bestandsaufnahme oder zur Rekapitulation von Workshops 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Google Forms</i> • <i>SurveyMonkey</i> • <i>Pollunit</i>
Online-Dokumentationstools	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation und Kommunikation von Wissen und Wissensaustausch in Unternehmen und Organisationen • Verknüpfungen zu Online-Aufgabenverwaltungstools • Strukturierung von (Teil-)Aufgaben aus dem Kanban Board zu einem Gesamtzielbild 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Confluence</i> • Interne Wikis

Quelle: In Anlehnung an Staffbase GmbH, 2021; SessionLab, 2021; Berner Relations AG, 2021.

Tab. 1: Häufig genutzte Online-Kommunikationstools

tungen in Form von Reportings erfolgen sowie der Produktivitätsfortschritt angezeigt werden.

Eine große Bedeutung in der internen Kommunikation haben auch **Online-Umfragetools** erlangt. Hiermit ist die Befragung beispielsweise von Teilnehmer/-innen einer Online-Videokonferenz möglich. In Zeiten der Pandemie werden Online-Umfragetools von den Unternehmen auch eingesetzt, um ein Stimmungsbild von Mitarbeiter/-innen zu erhalten.

In dieser Aufzählung sollen als letztes noch **Online-Dokumentationstools** aufgeführt werden. Diese ermöglichen die Dokumentation und Kommunikation von Wissen sowie den Wissensaustausch in Unternehmen und Organisationen.

Tab. 1 fasst die häufig genutzten Online-Kommunikationstools mit den jeweiligen Funktionen und Wertschöpfungen überblickartig zusammen und nennt konkrete Beispiele von Tools, die von einer Vielzahl von Unternehmen genutzt werden.

3. Zusammenfassung und Ausblick

Die Online-Kommunikationstools haben innerhalb der internen Unternehmenskommunikation in der Unternehmenspraxis eine überragende Bedeutung erhalten. Insbesondere durch die Pandemie ist der Großteil der Unternehmen auf diese Tools angewiesen, um den Kontakt und den Informationsfluss zur Belegschaft aufrechtzuerhalten. Die Online-Kommunikationstools unterstützen die Unternehmen maßgeblich in der Fortführung ihrer Geschäftstätigkeit und werden daher wie aufgezeigt in vielen verschiedenen Situationen und bei unterschiedlichen Anliegen eingesetzt.

Die skizzierten Online-Kommunikationstools werden auch nach Abklingen der Pandemie nicht wieder von traditionellen Kommunikationstools abgelöst werden. Vielmehr ist die Pandemie nur ein Beschleuniger für die Entwicklung der digitalen Kommunikation und Kollaboration in Unternehmen. So ermöglichen die vorgestellten Online-Kommunikationstools eine medienbruchfreie Handhabung vieler Arbeitsschritte, die dadurch effizienter ausgeführt werden können. Zusätzlich vereinfachen die vorgestellten Tools wie beispielsweise die Online-Kommunikationsplattformen den formlosen Austausch von Kollegen untereinander, beispielsweise unter Verwendung der Chat-Funktion. Abschließend ist festzuhalten, dass in Zukunft die Möglichkeiten sowie die Anzahl der Anbieter von Online-Kommunikationstools weiterwachsen werden und die interne Unternehmenskommunikation zukünftig noch mehr auf diese Tools setzen wird.

tionstools eine medienbruchfreie Handhabung vieler Arbeitsschritte, die dadurch effizienter ausgeführt werden können. Zusätzlich vereinfachen die vorgestellten Tools wie beispielsweise die Online-Kommunikationsplattformen den formlosen Austausch von Kollegen untereinander, beispielsweise unter Verwendung der Chat-Funktion.

Abschließend ist festzuhalten, dass in Zukunft die Möglichkeiten sowie die Anzahl der Anbieter von Online-Kommunikationstools weiterwachsen werden und die interne Unternehmenskommunikation zukünftig noch mehr auf diese Tools setzen wird.

Literatur

Archibald, M. M., Ambagtsheer, R. C., Casey, M. G., Lawless, M., Using zoom videoconferencing for qualitative data collection: perceptions and experiences of researchers and participants, in: *International Journal of Qualitative Methods*, Vol. 18 (2019), S. 1–8.

Aversa, E., MacCall, S., Profiles in retention part 1: Design characteristics of a graduate synchronous online program, in: *Journal of Education for Library and Information Science*, Vol. 54 (2013), No. 2, S. 147–161.

Barrett, A. K., Murphy, M. M., Feeling Supported in Addiction Recovery: Comparing Face-to-Face and Videoconferencing 12-Step Meetings, in: *Western Journal of Communication*, Vol. 85 (2021), S. 1–24.

Bemet Relations AG (2021), BemetBlog, Online, URL: <https://bemet.ch/blog/2020/04/28/online-workshops-orientierung-im-tool-dschungel/> (Abrufdatum: 13.03.2021).

Burgess, P. W., Atlassian Tools for ITSM and Project Management, Sandia National Lab.(SNL-NM), Albuquerque/NM (United States) 2018.

Bykov, V., Mikulowski, D., Moravcik, O., Svetsky, S., Shyshkina, M., The use of the cloud-based open learning and research platform for collaboration in virtual teams, in: *Information Technologies and Learning Tools*, Vol. 76 (2020), No. 2, S. 304–320.

Crawley, K. L., Online Writing Instructors as Strategic Caddies: Reading Digital Landscapes and Selecting Online Learning Tools, in: J. Borgman, C. McArdle (Eds.), *More Resources and Strategies for Online Writing Instructors*, Colorado 2021, S. 19–29.

SessionLab (2021), 34 useful free online tools for workshop planning and meeting facilitation, Online, URL: <https://www.sessionlab.com/blog/online-tools-for-workshops/> (Abrufdatum: 13.03.2021).

Staffbase GmbH (2021), Microsoft Teams for Internal Communication: 5 Reasons to Think Twice, Online, URL: <https://staffbase.com/blog/microsoft-teams-for-internal-communication-5-reasons-to-think-twice/> (Abrufdatum: 14.03.2021).