
essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

Kristin Engelhardt

Interne Kommunikation mit digitalen Medien

Learnings aus der Covid-19-
Krise zu Prozess-Steuerung,
Mitarbeiterführung und
Krisenkommunikation

 Springer Gabler

Kristin Engelhardt
engelhardt kommunikation gmbh
Wien, Österreich

ISSN 2197-6708
essentials

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-31492-7

ISBN 978-3-658-31493-4 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-31493-4>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Manuela Eckstein

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Hinweise zur Gestaltung und Nutzung digitaler interner Medien
- Anregungen für Zusammenarbeit unter digitalen Vorzeichen
- Kriterien für den richtigen Medienmix
- Tipps für Führungskommunikation in Krisensituationen
- Learnings aus der Corona-Krise für die digitale Mitarbeiterkommunikation

Vorwort

Der Ausbruch der Corona-Pandemie Anfang 2020 bot den Anlass zu diesem *essential*; gemeinsam mit der Erkenntnis, dass digitale Mitarbeitermedien in vielen europäischen Unternehmen noch keineswegs so umfangreich eingesetzt werden, wie es angesichts ihrer Vorteile angebracht wäre. Erst die Covid-19-Krise bewegte viele Unternehmen dazu, intensiver bei digitalen Medien einzusteigen, was eine Reihe neuer Entwicklungen brachte und gleichzeitig manche Grenzen digitaler Kommunikation aufzeigte.

Dieses *essential* bietet Hinweise zur Nutzung interner digitaler Medien, insbesondere hinsichtlich Führungskommunikation. Krisenkommunikation wird anhand von mehr als 20 Beispielen aus der Covid-19-Krise illustriert und abschließend das Thema Evaluation ausführlich diskutiert.

Beim Werdegang dieses *essentials* war die Unterstützung von KollegInnen aus Unternehmen/Institutionen besonders wertvoll. Ich möchte ihnen allen sehr herzlich danken: von Attensam Christoph Schneider/Projektmanagement, von den Austrian Airlines Markus Setznagel/Senior PR-Manager Corporate Communications, von der BAWAG P.S.K. Verena Spitz/Vorsitzende Betriebsrat BAWAG P.S.K. Wien, von der Bosch-Gruppe Österreich Sandra Macho/Internal Communication Specialist, von der Unternehmensgruppe Casinos Austria – Österreichische Lotterien Martina Landsmann/Corporate Communications – Abteilungsleiterin Public Relations & Corporate Media, von Coca-Cola HBC Österreich Raphaela Fremuth/External Communications & Public Affairs Manager, von dm drogerie markt Stefan Ornig/Interne & Externe Öffentlichkeitsarbeit, von der Donau-Universität Krems Stefan Sagl/Leiter Kommunikation, Marketing und PR, von der EVN AG Gerald Rucker/Teamleiter Interne Kommunikation, von EVVA Sicherheitstechnologie Martin Mayrhofer/Abteilungsleiter Interne Kommunikation, Human

Resources & Organisationsentwicklung, von Henkel Central Eastern Europe Ulrike Gloyer/Corporate Communications Manager, von Knauf Andreas Bauer/Unternehmenssprecher, von Magenta Telekom Peter Schiefer/Leiter Unternehmenskommunikation, von Microsoft Österreich Thomas Lutz/Head of Communications, von den ÖBB Sven Pusswald/Leiter Konzernkommunikation und von ÖBB Rail Cargo Group Daniela Lehenbauer/Head of Marketing & Communications, von der Österreichischen Post Miriam Mayer/Interne Kommunikation, von REWE Group Susanne Moser-Guntschnig/Pressesprecherin und Leitung Public Relations, von Sacher Hotels Matthias Winkler/CEO, von Santander Consumer Bank Österreich Daniel Mayr/Assistenz der Geschäftsführung, von Siemens Mobility Austria Michael Braun/Leiter Kommunikation bzw. Konzernsprecher, von der STIWA Group Norbert Langeder/Leiter Kommunikation & Marketing, von der Universität Wien Cornelia Blum/Leitung Kommunikation, von der voestalpine AG Karin Keplinger/Teamleiterin Interne Kommunikation.

Mein Wunsch ist, dass dieses *essential* den Stellenwert Interner Kommunikation weiter untermauert und dazu beiträgt, dass viele Unternehmen und Institutionen noch erfolgreicher Mitarbeiterkommunikation betreiben – zu ihrem Nutzen und zur Freude der MitarbeiterInnen.

Wien
im Juli 2020

Kristin Engelhardt

Inhaltsverzeichnis

1	Digitale interne Medien: Prozesse und Führung	1
1.1	Erreichbarkeit und Funktionalität als Entscheidungskriterien	1
1.2	Medienmix	5
1.3	Digital führen: mediale Herausforderungen	6
1.3.1	E-Mails und Posts	6
1.3.2	CEO-Botschaften: Blogs, Videos, Mitarbeiterbriefe	7
1.3.3	Wenn der CEO spricht: digitale Events	7
1.4	Digital führen: neue Formen der Zusammenarbeit	8
1.4.1	Videoconferencing	8
1.4.2	Mitarbeiter-Feedback digital	9
1.4.3	Ideenmanagement digital	9
1.4.4	E-Learning	10
1.4.5	Homeoffice	10
	Literatur	11
2	Digitale Krisenkommunikation: Learnings	
	aus der Covid-19-Krise	17
2.1	Digitale Drei-Klassen-Gesellschaft	17
2.2	Die Covid-19-Krise als Kommunikationskrise	18
2.3	Mitarbeiter-Feedback und Wertschätzung	20
2.4	Die Vision dahinter	22
2.5	Globalisierung	24
2.6	Covid-19-Krise: Information und Kommunikation der Systemerhalter	25
2.6.1	Logistik und Energieversorgung	25
2.6.2	Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs	27
2.6.3	Technik- und Finanzbranche	29

2.7	Covid-19-Krise: Unternehmen/Institutionen im Shutdown	31
2.7.1	Luftfahrt	31
2.7.2	Produktionsbetriebe	32
2.7.3	Universitäten	33
2.7.4	Tourismus und Glücksspiel	35
	Literatur.	35
3	Evaluation	39
3.1	Effizienz-Steigerung durch digitale Medien	39
3.2	Bewertung von Führungskommunikation	40
3.3	Medien-Nutzung und -Inhalte	40
	Literatur.	42
4	Zusammenfassung.	45
	Weiterführende Literatur.	49

Über die Autorin

Kristin Engelhardt, Dr. phil., befasst sich seit fast 40 Jahren mit Interner Kommunikation: zunächst als Gestalterin der Mitarbeiterzeitschrift der Siemens AG Österreich, danach als Agenturinhaberin, die für zahlreiche Mitarbeiterzeitschriften aus unterschiedlichen Branchen verantwortlich zeichnete, Veränderungsprojekte mit internen Kommunikationsmaßnahmen begleitete und selber Medien für Zwecke der Internen Kommunikation entwickelte.

Mit den neuen digitalen Anforderungen für die Interne Kommunikation befasst sich die Autorin seit einigen Jahren sowohl bei der Gestaltung digitaler Medien als auch in Beratungsprojekten. Digitalisierung ist auch immer wieder Thema in dem von ihr geleiteten Round Table für Interne Kommunikation des Public Relations Verbands Austria/PRVA. Zudem ist Kristin Engelhardt seit 2019 Juryvorsitzende bei dem vom PRVA vergebenen Preis für Mitarbeiter-Medien *Die Silberne Feder*.

Im Springer-Verlag erschienen von ihr zwei *essentials*: „Erfolgreiche Interne Kommunikation im Digital Workplace. Basics und Tools: Social Intranet, Mitarbeiter-App, Mitarbeitermagazin“ sowie „Erfolgreiche Mitarbeiterkommunikation für CEOs. Basics und Tools: CEO-Blog, Dialogrunden, Events, Mitarbeiterbeteiligung“.