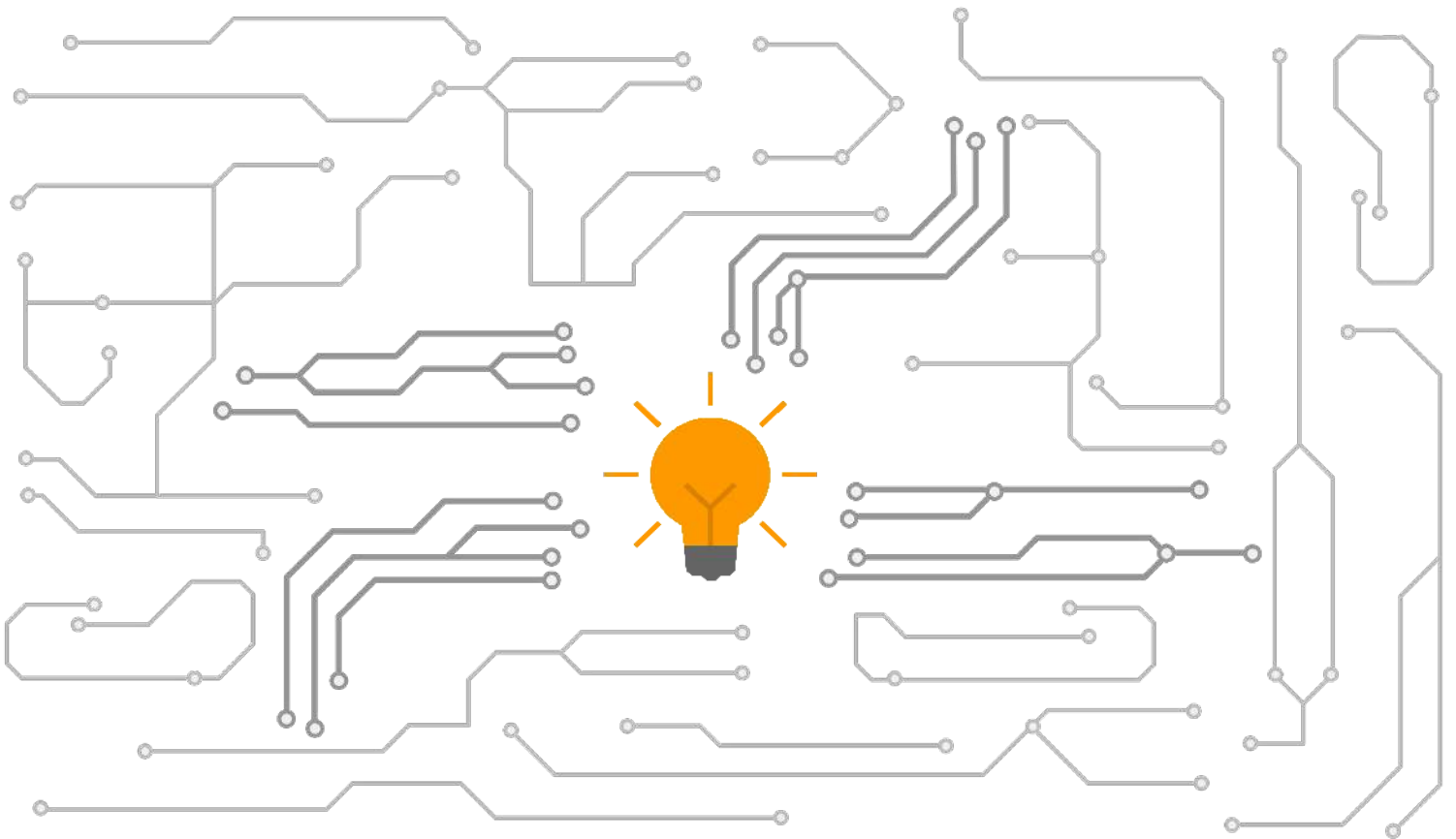


# Erfolgreiche Unternehmenskommunikation

Kommunikative Herausforderungen der Tech-Industrie und wie Sie diese mit der Kraft der Einfachheit erfolgreich bewältigen.



# Komplexe Technologie schafft komplexe Verhältnisse: Kommunikation in der Tech-Branche

Als MitarbeiterIn der technischen Industrie kennen Sie das...

Ihre Themen sind komplex und oft schwer verständlich. Wettbewerbs- und Innovationsdruck sind hoch, dezentral organisierte Entwicklerteams und internationale Ausrichtung stellen kommunikative Herausforderungen dar und eng getaktete Produktzyklen machen die Produktlandschaft unübersichtlich – für Kunden wie für Mitarbeiter. Dagegen sollen häufige Schulungen und andere Kommunikationsmittel helfen, doch die kosten viel Zeit und machen selten Spaß. Schade eigentlich.

Denn es geht auch einfacher! Unsere wissenschaftlich bestätigte Methodik kann Ihnen helfen, die Kommunikation in Ihrem Unternehmen, mit Ihren Kunden und wichtigen Stakeholdern zu vereinfachen. Als Marktführer sind wir seit über zwölf Jahren die Experten für die einfache, schnelle und unterhaltsame Vermittlung von komplexen Themen. Prozessoptimierung, Change Management, Vertrieb, Marketing, Außenkommunikation, Training oder HR – wir machen es einfach.

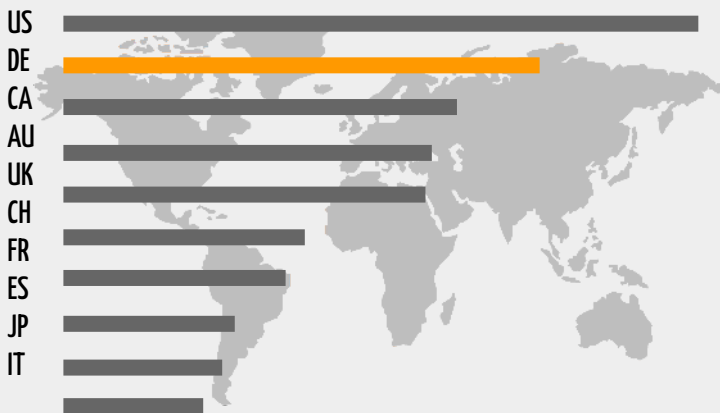
Auf den folgenden Seiten erhalten Sie ausgewählte und auf Ihre Branche zugeschnittene Informationen. Sie bekommen einen Einblick in die kommunikativen Herausforderungen, vor denen die Tech-Branche und verwandte Industrien stehen – und zeitgemäße Lösungen!



Wie das aussehen kann, zeigen wir Ihnen hier.  
Ein Klick auf den Play-Button und schon wecken wir Ihre Inspiration.

# Tech runs the world – auch made in Germany

Der technische Fortschritt ist vorbei, alle Technologien sind maximal entwickelt. Die Abstrusität dieser Aussage zeigt, wie selbstverständlich die immer schnellere Entwicklung neuer Technologien und die immer umfassendere Einflussnahme auf unser Leben die heutige Zeit prägen.



Deutschland liegt auf dem 2. Platz der weltweiten beliebtesten Zielländer für hochqualifizierte Digitalfachkräfte und ist damit der attraktivste nicht-englischsprachige Jobstandort der Welt.

<https://www.bmbf.de/de/kuenstliche-intelligenz-5965.html>

*„If coders don't run the world, they run the things that run the world.“*

Paul Ford, Writer und CEO von Postlight

Der Technologiemarkt hat sich in Deutschland in 20 Jahren verdoppelt. Er umfasst heute 100.000 Unternehmen, die zusammen einen Umsatz von mehr als 230 Milliarden Euro erwirtschaften, sieben Prozent der deutschen Wirtschaftsleistung erbringen und über eine Million Menschen beschäftigen. (vgl. <https://www.der-bank-blog.de/boom-tech-branche/studien/technologie-studien/37655774/>)

Unternehmen wie Google, Apple, Facebook, Amazon oder Microsoft sonnen sich im Licht der öffentlichen Aufmerksamkeit und gelten mit ihren schillernden Führungskräften, innovativen Produkten und neuartigen Organisationsstrukturen als zukunftsprägend für die Welt der Arbeit. Die Tech-Branche wächst schwindelerregend schnell, doch auf jeden Aufsteiger kommen neun junge Unternehmen, die auf der Strecke bleiben. (vgl. <https://t3n.de/news/startups-scheitern-massenmarkt-1080190/>)

Der Wettbewerb und die Schnellebigkeit der Branche verlangen nach stetigen Innovationen. Neue Hard- und Software erscheint in vergleichsweise engen Zyklen. Der Einsatz der Technologien in hochkomplexen Bereichen macht sie und ihre Neuerungen zunehmend schwer verständlich.

# Erklären Sie Produkte!

Das führt zu einer speziellen Herausforderung in der Tech-Industrie: Sollen Produkte gekauft oder Lizenzen verlängert werden, müssen die Neuerungen von Einkäufern und Endkunden häufig erst verstanden werden. Und auch das Vertriebsteam, das diese Aufklärungsarbeit erfolgreich leisten soll, arbeitet am besten, wenn es seine Produkte, deren Anwendung und die Hintergründe gut und in kurzer Zeit versteht.

Hier helfen Kommunikationsmittel, die ein barrierefreies Verständnis ermöglichen. Je einfacher und smarter deren Inhalte – etwa für die Vertriebsmitarbeiter – aufbereitet sind, desto leichter fällt es diesen, sie entsprechend verständlich beim Kunden wiederzugeben. Eine audiovisuelle Darstellung, wie etwa in Erklärvideos und E-Learnings, eignet sich dafür besonders gut. Damit lassen sich die Anwendung, der Aufbau und die Wirkungsweise von Softwareupdates, Geräten oder Technologien anschaulich erklären. Die Einbindung in und die Anpassung an unternehmenseigene Prozesse, lässt sich so ebenfalls gut zeigen. Und auch Mehrwert und Vorteile der Neuerungen fassen Erklärfilme gut zusammen.

Die Zielgruppe kann so die Produkte und deren Vorzüge besser verstehen – und entscheidet sich auf dieser informierten Basis mit hoher Wahrscheinlichkeit dafür!



## Aufklären und informieren – interne Kommunikation

Jedes größere Unternehmen steht vor der Herausforderung, seine Mitarbeiter effektiv aufzuklären und zu informieren. Häufig verschärft die Gesetzgebung diese Notwendigkeit weiter, wie im Falle der Compliance oder des Datenschutzes. Mitarbeiter müssen gut informiert sein, um nicht durch versehentliches Fehlverhalten den Ruf und die Kassen ihres Arbeitgebers zu belasten.

Doch ob die dafür bereitgestellten Informationen von den Mitarbeitern auch wirklich verinnerlicht werden, hängt letztlich von deren Aufbereitung ab. Erschwerend kommt hinzu, dass die gesetzlichen Regelungen in ihrem Branchenumfeld mitunter komplex und verworren sind und sich häufig ändern. Vieles spricht deshalb dafür, die Aufklärung der Mitarbeiter so ansprechend und zugänglich wie möglich zu gestalten.

Gleiches gilt auch für die in größeren Unternehmen häufig äußerst spezialisierten und komplexen Prozesse. Auch sie werden am besten erfasst und am stabilsten im Gehirn verankert, wenn sie auf ansprechende und leicht verständliche Weise aufbereitet werden.

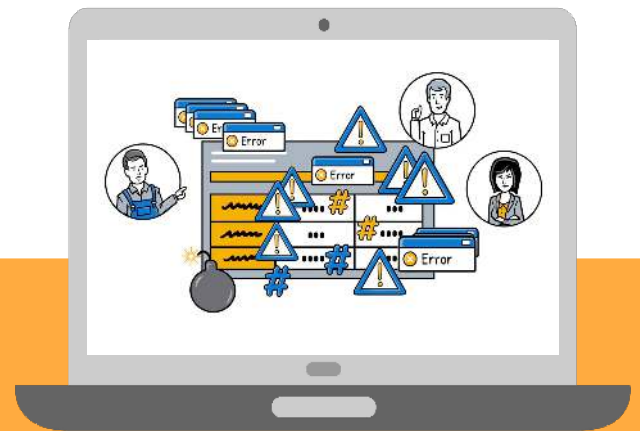
Die Tools und Methoden dafür sind kein Geheimnis: Empathisches Storytelling, audiovisuelle Medien, die einen Schwerpunkt auf die Bildebene setzen und die Möglichkeit für Mitarbeiter, sich selbst aktiv am Lernprozess zu beteiligen – damit wecken auch die unbeliebtesten Inhalte Begeisterung bei der Zielgruppe!

Ein weiterer wichtiger Faktor ist der Umfang und die Verdichtung der Lerneinheiten. Dazu ein Beispiel, das jeder aus eigener Erfahrung kennt: Sehen Sie ein informatives Video, können Sie beobachten, wie nach zweieinhalb Minuten Ihre Aufmerksamkeit für die Inhalte langsam zu schwinden beginnt.

Nach drei Minuten ist sie in den meisten Fällen so weit abgefallen, dass entscheidende Inhalte auf der Strecke bleiben. Bei einer Länge von über vier Minuten bleiben den meisten Zuschauern nur noch die wichtigsten Eckdaten im Gedächtnis.

Um dem entgegenzuwirken, ist es sinnvoll, bei der Organisation und Konzeption der zu vermittelnden Inhalte Wert auf Erfahrung und Professionalität zu legen. Die Wahl, welche Inhalte genannt und welche Zusammenhänge miteinander verknüpft werden sollen, will wohlüberlegt sein, um das wirklich Wesentliche bei der Zielgruppe ankommen zu lassen.

Effizient vereinfachen Erklärvideos und interaktive Webtrainings Komplexität und bringen so die Zielgruppe schnell auf das nötige Wissenslevel um qualifizierte Entscheidungen treffen zu können.



# Aufklären und informieren – externe Kommunikation

Gerade für aufstrebende Unternehmen gilt: ohne fremdes Geld wird das Wachstum unwahrscheinlich. Investoren lassen sich am besten von fundierten Fakten überzeugen, die in ansprechender und verständlicher Form aufbereitet sind. Ein Erklärvideo ist ein wunderbares Eröffnungsmedium, um die Vorzüge und USPs eines Produkts auf den Punkt zu bringen, bevor eine Präsentation den umworbenen Investoren die Details vermittelt.

Eine klare, leicht verständliche Aufbereitung sorgt für Nachvollziehbarkeit und vermittelt dadurch Glaubwürdigkeit. Charme und Nahbarkeit in der Form sorgen dafür, dass das entsprechende Thema positiv bewertet und angenommen wird. So können Erklärvideos, wenn sie richtig entwickelt und eingesetzt werden, durchaus Türen und Geldbörsen öffnen.

Apropos Wachstum: Nirgends sind fähige Talente umworbener als in der Tech-Branche. Für gute Chancen im "War for Talent" gilt es potentiellen Bewerbern die Unternehmensvision, ihre persönlichen Weiterbildungsmöglichkeiten in Ihrem Unternehmen und die Arbeitsatmosphäre zu vermitteln. Locker und humorvoll aufbereitet werden Erklärvideos zum nützlichen Werkzeug für Recruiting und Employer Branding. So können Erklärvideos durchaus einen Trend im Recruiting bedienen. In der letzten Zeit setzen sich auf Jobplattformen zunehmend kurze und individuell auf die adressierten Kandidaten zugeschnittene Recruiting-Videos durch, in denen neben dem Arbeitgeber und der Stelle auch erläutert wird, warum der Kandidat und seine bisherigen Erfahrungen besonders gut für die offene Stelle geeignet sind. Mit einem Video im professionellen Look heben Sie sich unkompliziert von Masse ab, welche die im Tech-Bereich typischerweise viel umworbenen Kandidaten für sich gewinnen will. Unser Tipp dazu: Mit dem simpleshow video maker lassen sich blitzschnell und ganz einfach professionelle Erklärvideos erstellen und mit wenigen Klicks überarbeiten – etwa um sie an den nächsten möglichen Bewerber anzupassen.



# Aufklären und informieren - fast jedes Thema profitiert von einer einfachen Erklärung

Der Hyperwettbewerb, die Digitalisierung und ein VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity)-Markt führen zu Prozessbeschleunigungen und veränderten Kommunikationsbedürfnissen.

Um hier erfolgreich operieren zu können, sind komplexitätsreduzierende Kommunikationsmittel unerlässlich. Die besondere Herausforderung der Pharmaindustrie: Viele verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlichem Wissensstand sind zu adressieren. Professionell konzipierte Erklärvideos bieten die Möglichkeit, komplexe Inhalte gezielt, prägnant und effizient in einer einfach erscheinenden Form auf den Punkt zu bringen. Thematisch gibt es dabei keine Einschränkungen. Fast alles lässt sich anschaulich und verständlich erklären, wenn die richtigen Methoden angewendet werden.

Andere Technologie-Unternehmen erklären mit simpleshow:



Prozesse &  
Prozessoptimierung



Budgetierung



Compliance



Forschungs-  
ergebnisse



Story & Vision



Datensicherheit &  
Datenintegrität



Unternehmensziele



Onboarding, Intranet &  
Learning Campus



Weiterentwicklungsmöglichkeiten



Ideen-Management



Strategien



Integration von Produkten in  
Kundenprozessen



IT-Tools



Risikomanagement

... und viele weitere interne und externe Themen.

# Training und E-Learning

Für Mitarbeiter der Tech-Industrie sind regelmäßige Trainings ein grundlegender Bestandteil ihrer Arbeit – und das gilt nicht nur für die verpflichtenden Schulungen. Ihr Arbeitsalltag ist geprägt von komplexen Prozessen, stetigen Neuerungen und wichtigen Regularien, die Weiterbildung zum Dauerthema machen. Mit jeder neuen Veröffentlichung steht ein neues Training für die Mitarbeiter an, das von der L&D-Abteilung vorbereitet werden muss. Dabei zeigt sich oft: Lange Textwüsten und LMS-Einträge eignen sich gut für die Sammlung von Fakten. Um Wissen weiterzugeben, sind sie dagegen nur bedingt nützlich.

In fast jedem Unternehmen sind noch immer Präsenztrainings und Präsentationen an der Tagesordnung. Etwa um Awareness zu schaffen, für Themen wie die IT-Sicherheit oder die Gefahren von Phishing und Social Engineering. Die Trainings sollen das Wissen vor allem weitergeben, sind aber zeitaufwändig und binden Ressourcen. Zudem hängt ihr Erfolg stark von Einzelpersonen ab. In diesem Spannungsfeld besteht der Bedarf nach einer Lösung, die Unternehmenswissen einerseits fixiert und barrierefrei abrufbar macht, andererseits aber kommunikativ, zugänglich und ressourcenschonend ist.

Erklärvideos füllen diese Lücke als ergänzendes Lernmedium zu interaktiven Online-Kursen, Präsenztrainings und textbasierten Learning Management Systemen optimal aus. Weil sie mehrere Sinneskanäle der Lernenden zugleich ansprechen, verankern Erklärfilme die Lerninhalte nachweislich besonders gut im Gehirn der Lernenden. Und sie machen mehr Spaß! Das steigert nicht nur die Motivation beim Lernen, sondern auch bei der Umsetzung des Gelernten.

Sollen besonders umfangreiche Inhalte vermittelt werden, ist es sinnvoll, auf die Anwendung einer interaktiven Learning Journey zu setzen. Relevante aber teils eher trockene Themen wie Datenschutz und Compliance oder die Rolle von geistigem Eigentum im Unternehmen werden so spielerisch und effektiv vermittelt. Der Wissensstand und Lernerfolg der Maßnahmen kann dabei vom Arbeitgeber ausgelesen werden, um zu überprüfen, ob die Mitarbeiter die wesentlichen Inhalte verinnerlicht haben.

Diese profitieren dabei vor allem davon, dass interaktive Formate die Lernenden in besonderer Form aktivieren. Von der Beantwortung von Quizfragen bis zur Erkundung unterhaltsamer Gamification-Elemente bringen sich die Lernenden selbst in den Lernprozess ein. Das macht den wesentlichen Unterschied zu anderen Lernformaten. Denn wer aktiv lernt, nimmt das Gelernte besser auf und verknüpft die Inhalte effizienter mit bereits bekanntem Wissen.





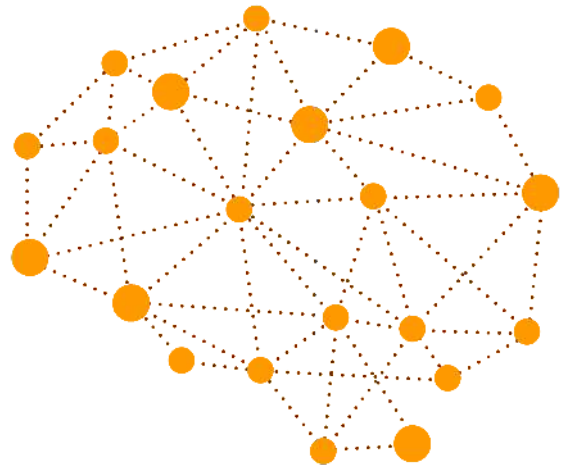
# Die Kraft der visuellen Kommunikation - Erklärvideos

## Einfach einfach?

Konzentration! Sie gilt uns heute mehr denn je als wertvolles Gut. Kein Wunder, schließlich werben unzählige Dienste auf zahlreichen Kanälen und Geräten um unsere Aufmerksamkeit. Zwischen Notifications, Chats, E-Mails und Terminen werden die einen sparsam mit ihrer Aufmerksamkeit und sortieren radikal aus, die anderen reagieren darauf, indem sie lernen, ihre Aufmerksamkeit zu streuen und nirgends allzu tief einzusteigen.

Beide Gruppen vereint: Freie Aufmerksamkeitskapazitäten sind rar. Kaum jemand findet heute noch Zeit, sich 30 Minuten lang konzentriert einem neuen, komplexen Thema zu widmen. Drei Minuten Konzentration sind dagegen auch heute noch jedem möglich. Vor allem, wenn sie gut genutzt werden!

Aus dieser einfachen Überlegung wurde vor über zehn Jahren simpleshow geboren. Und unser Ansatz ist heute relevanter als je zuvor.



## Die Welt ist voller Komplexität

Besonders im Kontext großer und international vernetzter Unternehmen wird die zunehmende Komplexität deutlich. Neben der Globalisierung ist vor allem die Digitalisierung ein entscheidender Treiber dieser Entwicklung. Dabei bietet der digitale Wandel jedoch auch Chancen, im Informationsdschungel den Durchblick zu behalten.

Unternehmen, die in komplexen und hochkomplexen Feldern wie der technologischen Industrie operieren, sind auf eine erfolgreiche Kommunikation angewiesen. Von der Forschung und Entwicklung über die Produktion bis zum Vertrieb – überall kommt es auf eine möglichst verständliche und barrierefreie Kommunikation an. Damit diese im optimalen Zusammenspiel mit agilen Methoden und zirkulären Prozessen die Effizienz eines Unternehmens steigern kann, muss sie vor allem einfach und klar sein. Nur wenn beim Empfänger auch ankommt, was der Absender vermitteln möchte, erfüllt die Kommunikation

ihren Zweck. Das ist logisch, hinsichtlich der vielen verschiedenen Wissensstände und Sprachgewohnheiten innerhalb eines Unternehmens aber keinesfalls selbstverständlich. Hier kommen die Medien der Alltagskommunikation – E-Mail, Chat oder Telefonanruf – an ihre Grenzen.

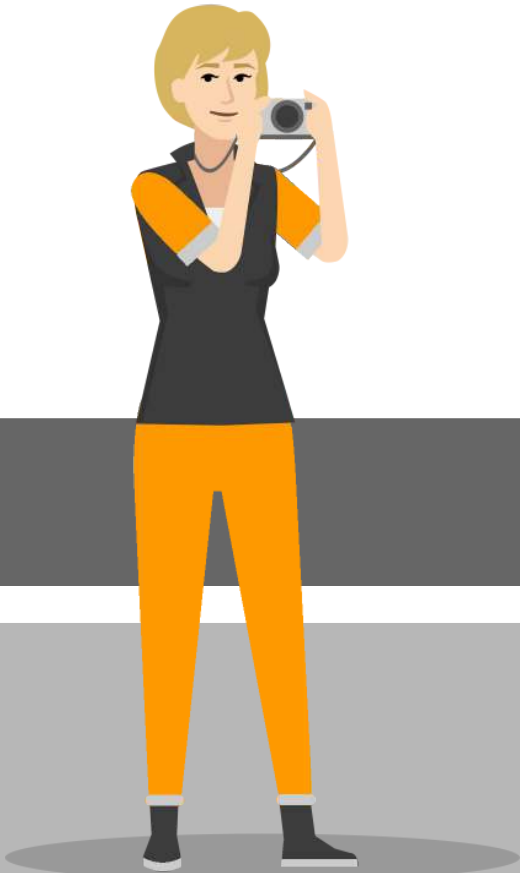
Erklärvideos bilden durch ihre audiovisuelle Gestaltung und die Konzentration der Inhalte auf das wirklich Wesentliche ein hervorragendes Medium, die interne und externe Kommunikation von Unternehmen im technologischen Bereich dort zu unterstützen, wo es darauf ankommt. Komplizierte, unbequeme und schwer zu vermittelnde Inhalte bereitet ein Erklärvideo sympathisch und leicht verständlich auf und passt sie an die Zielgruppe an. So kommt die gewünschte Botschaft garantiert an, wird angenommen und verstanden.

## Emotionen dringen durch

Neben Einfachheit und Klarheit zeichnen sich gute Erklärvideos auch durch ihre emotionalen Aspekte aus: Sie holen die Zielgruppe in ihren Alltagssituationen und auf dem spezifischen Stand des Vorwissens ab, schaffen Identifikation und Nähe. Wo Unklarheit herrscht, erklären sie den Kontext und beleuchten das "Warum". Wo große Mengen Fakten übermittelt werden sollen, tun sie das auf ansprechende und unterhaltsame Art. Und wo Themen emotional aufgeladen sind – Stichwort Umstrukturierungen und Change-Prozesse – treffen sie den richtigen Ton, um Ängste und Sorgen Ihrer Mitarbeiter glaubwürdig zu adressieren.

Darüber hinaus hat die emotionale Ansprache von Erklärvideos weitere wichtige Vorteile. So haben Gefühle etwa einen entscheidenden Einfluss auf die Aufmerksamkeit und Erinnerungsfähigkeit sowie das Potential Ihre Zuschauer zum Handeln oder Verhaltensänderungen zu motivieren.

Möglich wird die emotionale Wirkung eines Erklärvideos neben Sprecheraufnahme und Musik durch die Macht der Bilder und die – inzwischen auch für Unternehmen wiederentdeckte – Sogkraft des Storytellings.



## Bilder sagen mehr als Worte

Bilder vermitteln uns die Welt, lange noch bevor wir uns sprachlich orientieren. Sie können Gefühle auslösen, vor allem aber transportieren sie Informationen. Und das in einer Dichte und Geschwindigkeit die ihresgleichen sucht. 60 000 mal schneller begreifen wir den Inhalt "Apfel", wenn wir eine Abbildung davon sehen, als wenn wir das Wort lesen oder hören. Außerdem deutet einiges darauf hin, dass uns Gesehenes auch um ein Vielfaches besser in Erinnerung bleibt, als nur gelesene oder gehörte Inhalte. Diese "Überlegenheit" der visuellen Kommunikation gegenüber der sprachlichen, beschreibt der "Picture Superiority Effect".

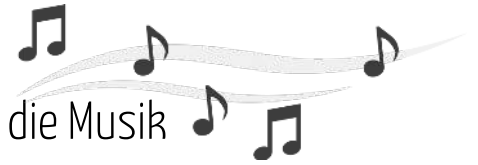
Weil Bilder, im Gegensatz zu geschriebenem Text, nicht erst vom Gehirn übersetzt werden müssen, sparen sie dort auch Energie. Deshalb sind Bilder für uns so attraktiv. Die meisten Menschen wählen lieber die bildliche Variante, als einen Text mit demselben Inhalt, wenn sie die Wahl haben.



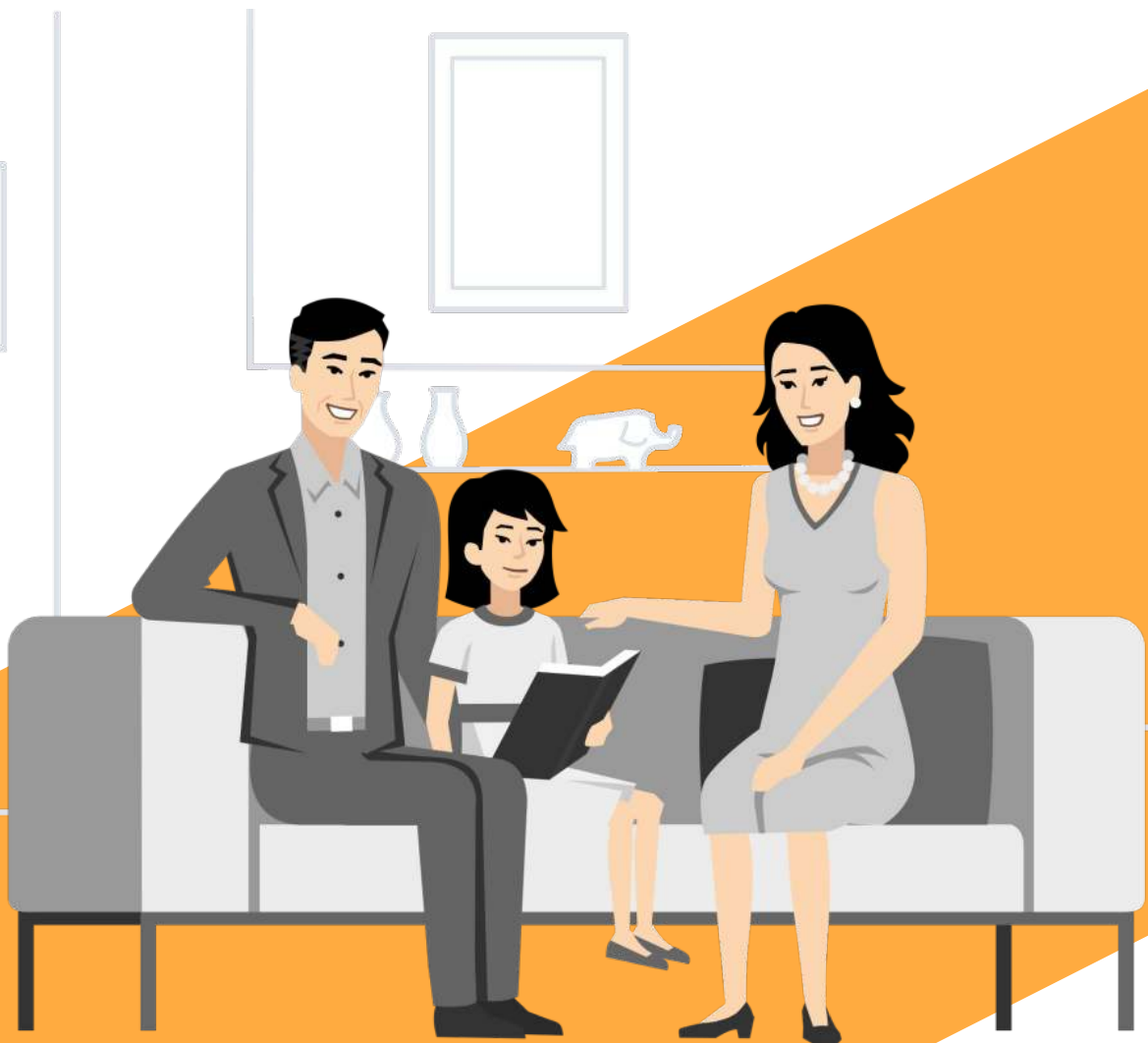
## Geschichten bleiben im Gedächtnis

Ähnlich wie Bilder vermitteln Geschichten komplexe Zusammenhänge auf eine Art, die uns nicht nur leicht fällt, sondern uns förmlich anzieht. Als soziales Wesen macht den Menschen wenig so neugierig wie Geschichten über andere Menschen – sei es in Form von Tratsch, Kino, Romanen oder Comics. Ja, mehr noch: Eine per Storytelling aufbereitete Erzählung motiviert zur Zusammenarbeit, stärkt das Verständnis für die zentralen Fakten einer Botschaft und verankert Informationen besonders gut im Gedächtnis. Kein Wunder, müssen wir doch davon ausgehen, dass die Menschheit seit jeher ihr Wissen in Form von Geschichten weitergegeben hat. Mit der Folge, dass unser Gehirn bis heute direkt reagiert, wenn es mit einer Geschichte konfrontiert ist.

## Der Ton macht die Musik



Neben den emotionalen, visuellen und strukturellen Aspekten eines Erklärvideos, trägt auch die Tonebene dazu bei, dass dieses Medium Informationen so einfach vermittelt, wie kein zweites. Die Hintergrundmusik schafft eine positive Stimmung und das Sounddesign lockert das Video auf und schafft zuweilen eine unterstützende Sinnebene. Vor allem aber der Sprecher hat einen großen Einfluss auf die Wirkung eines Erklärvideos. Seine Stimme sorgt für den "human touch", lässt emotionale Tiefe anklingen und verleiht dem Video mit der richtigen Dosis Augenzwinkern einen eigenen Charme.



# Wissensvermittlung mit simpleshow funktioniert!

Unsere Methodik ist wissenschaftlich getestet und fundiert. Eine erste repräsentative Studie belegt:

100  
Wettbewerber

226  
simpleshow

Effizienzindex des Papier-Geotrick-Formats // Index=226 für das effizienteste Erklärvideo (Wissensverbesserung im Verhältnis zur Dauer des Videos in Sek.)

Die Wissensverbesserung mit simpleshow ist am größten und dies in der kürzesten Zeit.

Was Sie mit uns erklären, kommt auch an. Das versprechen wir nicht nur, wir garantieren es! [Hier](#) geht's zur Studie.

## Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Mit der Erfahrung aus zehntausenden von Erklärvideos und interaktiven eLearnings wissen wir, wie Sie komplexe Themen Ihrer Zielgruppe nachhaltig und effektiv vermitteln können. Gern zeigen wir Ihnen weitere Beispiele, wie wir verwandte Themen für andere Kunden aufbereitet haben. Sprechen Sie uns gern an.



**simpleshow gmbh**

Am Karlsbad 16 | 10785 Berlin | Deutschland

Telefon: +49 (0) 30 809 502 133

[sales@simpleshow.com](mailto:sales@simpleshow.com)