

Wie sich interne Kommunikation und Mental Health durch Remote Work verändern

COYO-Studie: Interne Kommunikation als Gamechanger in Zeiten einer globalen Krise

- 79 Prozent haben digitale Tools wie Social Intranets seit Beginn der Krise eingeführt
- 82 Prozent glauben, dass interne Kommunikation eine wichtigere Rolle einnehmen wird
- Führungskräfte sehen Remote Work deutlich positiver als noch vor der Pandemie (75 Prozent)
- Mental Health: Arbeitnehmer:innen sehen durch Remote Work positiven
- Einfluss auf mentale Gesundheit (57 Prozent), unter anderem Überstunden bremsen jedoch aus (21 Prozent)

Hamburg, 02. Juni 2021 – Im vergangenen Jahr wurden Unternehmen durch COVID-19 vor ungeahnte Herausforderungen gestellt: Homeoffice, Remote Work und Co. machten zudem erneut deutlich, wie unverzichtbar eine beständige interne Kommunikation für ein erfolgreiches Unternehmen ist. COYO, der führende deutsche Anbieter für Employee Communication Software, hat zusammen mit der School of Communications and Management eine Studie zum Thema interne Kommunikation durchgeführt und bei Arbeitnehmer:innen, Kommunikationsentscheider:innen sowie Führungskräften den Status Quo zur internen Kommunikation in diesen außergewöhnlichen Zeiten abgefragt und neue Einblicke gewonnen.

Interne Kommunikation im krisenbedingten Wandel

Mit der Pandemie kamen in Unternehmen insbesondere neue Herausforderungen für die interne Kommunikation hinzu. Ein Drittel der Befragten (33 Prozent) gab an, dass sich der Aufwand in diesem Bereich erhöht hat und über die Hälfte der Befragten (53 Prozent) bemerkte Veränderungen sowie weitere Aufgaben. Um die interne Kommunikation zu erleichtern, haben 79 Prozent seit Beginn der Krise neue digitale Tools wie zum Beispiel Social Intranets eingeführt. Eine Challenge für viele Kommunikationsexpert:innen ist jedoch, die Offenheit gegenüber neuer Kommunikationslösungen in das eigene Unternehmen zu tragen: Über die Hälfte der Befragten (57 Prozent) ist selbst sehr offen gegenüber neuen Tools zur internen Kommunikation, das eigene Unternehmen wird diesbezüglich aber nur von etwas mehr als 11 Prozent als sehr offen eingeschätzt. Einig sind sich jedoch die Befragten, dass interne Kommunikation in Zukunft eine viel wichtigere Rolle einnehmen wird (82 Prozent).

Bessere Führung durch interne Kommunikation

Eine funktionierende interne Kommunikation unterstützt auch bei der Führungskommunikation: 90 Prozent sagen, sie führt zu einer Steigerung der Zufriedenheit und Produktivität der Mitarbeiter:innen (67 Prozent) und des Unternehmenserfolgs (79 Prozent). Denn interne Kommunikation gibt Führungskräften mehr Raum zur Kooperation mit den Mitarbeitenden: Über die Hälfte (64 Prozent) der Befragten nehmen in ihrem Unternehmen einen kooperativen Führungsstil wahr, was auch wiederum die präferierte Variante ist (86 Prozent). Interessant ist, dass über 22 Prozent der Befragten autoritär geführt zu werden scheint, während nicht eine einzige Person dies als wünschenswerte Führungsform bewertet. Demnach existiert eine große Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit bezüglich verschiedener Führungsvarianten.

Social Intranets gehören zu den beliebtesten Tools

Die unvorhergesehene Dringlichkeit, das Arbeiten von Zuhause zu ermöglichen, zwang viele Unternehmen dazu, digitaler zu werden. Da der persönliche Austausch größtenteils wegfiel und nur noch virtuell stattfinden konnte, mussten digitale Kommunikationsmöglichkeiten geschaffen werden. Ein beliebtes Tool hierfür sind Intranets: Die Hälfte der befragten Mitarbeiter:innen gaben an, gerne ein klassisches Intranet (52 Prozent) oder ein Social Intranet (48 Prozent) zur Information und Partizipation an der internen Kommunikation zu nutzen. Auch Kommunikationsexpert:innen stimmten dem zu und nutzen gerne klassische Intranets (52 Prozent) oder Social Intranets (45 Prozent) zur Ausübung interner Kommunikation. Trotzdem bleibt der Newsletter (48 Prozent) fast gleich beliebt bei den Mitarbeiter:innen.

Remote Work nun positiver wahrgenommen als zuvor

Fast alle Befragten (97 Prozent) haben aktuell die Möglichkeit, remote zu arbeiten. Bei 29 Prozent hat sich die Meinung diesbezüglich geändert: Sie sehen Homeoffice jetzt positiver als noch vor der Pandemie. Auch Unternehmen haben ihre Meinung geändert, so sehen 75 Prozent die Arbeit von Zuhause nun positiver als noch vor der Pandemie. Nur 9 Prozent hatten bereits vor der Pandemie eine positive Einstellung dazu. Die wichtigsten Faktoren der internen Kommunikation zur Unterstützung von Remote Work sind laut der Befragten ein bewusstes Gestalten der Unternehmenskultur (49 Prozent) sowie das Bereitstellen digitaler Plattformen und Tools (38 Prozent): Eine funktionierende Plattform für die interne Kommunikation und den digitalen Austausch ist für über zwei Drittel der Befragten sehr wichtig (65 Prozent sagen sehr wichtig, 16 Prozent sagen wichtig).

Homeoffice: Fluch und Segen für die mentale Gesundheit

Remote Work beeinflusst die mentale Gesundheit sowohl positiv, da die Mitarbeitenden flexibler sind (57 Prozent), als auch negativ, aufgrund von Mehrarbeit (21 Prozent). Die Studienergebnisse belegen, dass in nur 45 Prozent der Fälle die mentale Gesundheit der Mitarbeiter:innen aktiv gefördert wird – 41 Prozent der Befragten geben an, dass dies in ihren Unternehmen nicht passiert. Maßnahmen zur Förderung mentaler Gesundheit sind beispielsweise flexible Arbeitszeiten und Homeoffice (93 Prozent), Entspannungstechniken wie Yoga (55 Prozent), Workshops und der Raum für privaten Austausch (50 Prozent), Bezuschussung von Sport (48 Prozent) und gesundes Essen am Arbeitsplatz (45 Prozent). Auch die interne Kommunikation hat nach Auffassung der Befragten einen Einfluss auf die mentale Gesundheit der Mitarbeiter:innen: rund drei Viertel der Befragten sehen diesen als tendenziell (eher) groß bis sehr groß an, nur knapp ein Prozent sieht gar keinen Einfluss der internen Kommunikation auf die mentale Gesundheit. Die mentale Gesundheit verbessern können aus Sicht der Unternehmen vor allem Wertschätzung (86 Prozent) und kollegialer Zusammenhalt (67 Prozent), flexible Arbeitszeiten (55 Prozent) und eine konstruktive Feedbackkultur (50 Prozent).

Methodik:

Die Studie wurde von der [School of Communications and Management](#) im Auftrag von COYO durchgeführt. Die Feldarbeit fand zwischen Oktober 2020 bis Februar 2021 statt. Die Stichprobe bestand aus 337 Teilnehmer:innen, 41 Prozent davon in leitenden und Führungspositionen, in Deutschland. Ein breites Spektrum an Organisationen ist in der Umfrage vertreten: Den größten Anteil machen mit 36 Prozent kleine Unternehmen mit einer Größe unter 300 Mitarbeiter:innen aus, gefolgt von Unternehmen mit 300 – 999 Mitarbeiter:innen (20 Prozent) und sehr großen Unternehmen mit mehr als 10.000 Mitarbeiter:innen (14 Prozent).

Über COYO

COYO ist der führende deutsche Anbieter für Employee Communication Software mit Hauptsitz in Hamburg. COYO bietet Unternehmen eine intuitive und zentrale Software-Lösung, die es ermöglicht, alle Mitarbeiter im Unternehmen unkompliziert zu erreichen, miteinander zu verbinden und sowohl die Feedback- als auch Unternehmenskultur zu fördern. Mit COYO schaffen Arbeitgeber einen geräte- und standortunabhängigen Kommunikationskanal für unternehmensrelevante Informationen sowie zum sozialen Austausch untereinander. Vom Klinikbetrieb bis hin zum Eisenbahnkonzern – in COYO haben bereits mehr als eine Million Nutzer aus Firmen wie Deutsche Bahn, Ritter Sport, Asklepios und E.ON ihre Digitale Heimat gefunden. Mehr Informationen gibt es unter www.coyoapp.com.

Pressekontakte

Sarah Mag – PR Manager

COYO GmbH

+49 1712783772

sarah.mag@coyoapp.com

Adrian Smiatek – Account Assistant

PIABO PR GmbH

+49 152 04 838 505

coyo@piabo.net