



**INTERNE  
KOMMUNIKATION  
FACHTAGUNG**

**DIE DOPPELROLLE DER  
INTERNEN KOMMUNIKATION:  
ANKER UND ANTRIEB IM  
DIGITALEN WANDEL**

*10.05.2022 Tagung*

*11.05.2022 Workshops*

**27. TAGUNG  
// KÖLN**

**[SCM]**

School for  
Communication and  
Management

## Was Sie auf der Tagung erwartet:

- Keynotes und Best Cases: Sie erhalten spannende Inputs und Learnings von erfahrenen Referent\*innen.
- Speed-Café: In diesem interaktiven Format werden relevante Fragestellungen in einer Großgruppenkonferenz bearbeitet und beantwortet.
- Masterclasses: Einzelne Themen werden vertiefend bearbeitet und diskutiert. Sie sind live dabei, wenn Fallbeispiele verschiedener Themengebiete von Expert\*innen interaktiv präsentiert werden.
- Networking: Sie erhalten Raum zum fachlichen Austausch mit Kolleg\*innen und können Ihr berufliches Netzwerk erweitern.

## Warum Sie teilnehmen sollten:

- Die eigene Arbeit reflektieren und neue Ideen sammeln.
- Aus der Praxis guter interner Kommunikationsmanager\*innen lernen.
- Zum Ausbau Ihres Kommunikationsnetzwerks.
- Direkte Vertiefung im Rahmen eines der vier angebotenen Workshops am Folgetag.

## DIE DOPPELROLLE DER INTERNEN KOMMUNIKATION: ANKER UND ANTRIEB IM DIGITALEN WANDEL

Veränderung ist das bestimmende Thema der letzten Jahre. Damit Organisationen nicht überrollt werden von der Dynamik der digitalen Welt, braucht es innovative Ansätze und die Bereitschaft den Status quo zu hinterfragen. Offenheit, Dialog und ein funktionierender Wissenstransfer bestimmen über Erfolg und Misserfolg, neue Ansätze fordern etablierte Unternehmenskulturen heraus. Alte Jobprofile verschwinden, andere entstehen, Organisationsstrukturen und Prozesse werden neu gedacht.

Wenn alles sich ändert, müssen auch Kommunikator\*innen ihre Arbeitsweisen überdenken: Sie brauchen konzeptionelle Herangehensweisen und die richtigen Strategien, intelligente Kampagnen und moderne Medien, mitreißende Inhalte und aktivierende Botschaften. Mit ihrer Arbeit begleiten sie einen Kulturwandel. Eine große Aufgabe, denn dafür braucht es nicht zuletzt das Commitment der Führungsebene. Kommunikator\*innen sind gefordert, weitaus strategischer und professioneller zu arbeiten, um der eigenen Arbeit mehr Gewicht zu verleihen.

Mit unserer Tagung bieten wir Ihnen ein Forum für Austausch und Vernetzung mit Expert\*innen aus Theorie und Praxis der internen Kommunikation. Erhalten Sie neue Impulse und wertvolle Anregungen für Ihre Arbeit!

## ANMELDUNG ZU TAGUNG/WORKSHOP

[www.scmonline.de/tagung](http://www.scmonline.de/tagung)  
[anmeldung@scmonline.de](mailto:anmeldung@scmonline.de)

Tagungskoordinatorin:

Romina Schönefeld

Tel.: +49 (0) 30 479 89 789

Mail: [romina.schoenefeld@scmonline.de](mailto:romina.schoenefeld@scmonline.de)



Unsere Partner:

DATA ONE



T·Systems Let's power higher performance

VANTAiO

Medienpartner:

beyond  
Fokus interne Kommunikation



## Preise und Konditionen

Tagungsticket - 10. Mai 2022

Frühbucherpreis 550 Euro bis 29. März 2022,  
danach 690 Euro

INKOMETA Bundle - 10. Mai & 14./15 September 2022

990 Euro (Tagungsticket + INKOMETA Days)

// INKOMETA Days = Award Gala & Fachforum für die  
Vorreiter\*innen der IK-Branche

Ganztägiger Zusatz-Workshop - 11. Mai 2022

490 Euro (Einzelpreis) / 425 Euro (Kombipreis)

// nur vor Ort in Köln möglich

// Kombipreis gilt nur i.V.m. Tagungsticket oder  
INKOMETA Bundle

Bei gleichzeitiger Anmeldung von mehr als zwei Teilnehmer\*innen des gleichen Unternehmens gewähren wir einen Gruppen-Rabatt von zehn Prozent. Verschiedene Rabatte sind nicht kombinier- und aufrechenbar.

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Unsere AGB: [interne-kommunikation.net/agb](http://interne-kommunikation.net/agb)

9.00–9.15 Uhr **Begrüßung durch Lars Dörfel, SCM, Geschäftsführer und den Moderator Dr. Guido Wolf, conex. Institut, Institutsleitung**

9.15–10.00 Uhr **KEYNOTE**  
➔ **Treiber des Wandels: Wie die interne Kommunikation die Beschäftigten auf dem Weg zu E-Mobilität und Digitalisierung mitnimmt**

Die interne Kommunikation des Konzerns und der Marke Volkswagen hat einen Auftrag – Treiber des Wandels hin zu E-Mobilität und Digitalisierung zu sein. Der Vortrag thematisiert die erfolgreich eingeführte hybride Kommunikation zwischen den Beschäftigten und dem Top-Management. Er geht auf die neugestaltete konzernweite Kaskade der Informationsweitergabe ein und darauf, wie sich die Interne Kommunikation aus dem Kanal-Baukasten interner und externer Social Media-Plattformen bedient, um die 670.000 Beschäftigten in die Transformation des Unternehmens mitzunehmen.



**Dirk Borth**  
[Volkswagen](#)  
 Leitung Interne Kommunikation Konzern und Marke

Dirk Borth ist seit Juli 2020 Leiter der Interne Kommunikation des Konzerns und der Marke Volkswagen. Vor seinem Wechsel in den VW-Konzern war Borth lange Jahre in verschiedenen Positionen für die Madsack Mediengruppe tätig. Von 2011 bis 2015 war er Chefredakteur der Peiner Allgemeinen Zeitung, danach bis 2019 Chefredakteur der drei Tageszeitungen Peiner Allgemeine Zeitung, Aller-Zeitung und Wolfsburger Allgemeine Zeitung.

10.00–10.45 Uhr **Alles auf „Los“: Mit „brand excellence“ unternehmerisches Wachstum bestmöglich unterstützen**  
★

Ein globaler Konzern, zig Einzelmarken, zunehmende Anforderungen von Zielgruppen... Es brauchte mehr Klarheit und Fokussierung. Passend zur Wachstumsstrategie setzt Körber jetzt auf eine Marke. Seit 2020 läuft der funktionsübergreifende Markenaufbau. Welche Herausforderungen und Lösungen gibt es? Welche Taktiken begeistern alle Stakeholder für die eine Marke? Kam das „new normal“ der Corona-Pandemie gerade passend?



**Henriette Viebig**  
[Körber](#)  
 Head of Group Communications

Henriette Viebig leitet die Group Communications bei Körber. Schwerpunkte ihrer Arbeit sind integrierte Kommunikationskampagnen rund um digitale Transformation, Markenaufbau sowie M&A-Kommunikation. Henriette Viebig verfügt über Erfahrung aus verschiedenen Branchen – sowohl B2C als B2B.

10.45–11.15 Uhr **Kaffeepause**

11.15–12.00 Uhr **Von „Internal Communications“ zu „Employee Communications“**  
★

„Hofberichterstattung“ wollten wir in der internen Kommunikation ohnehin nie machen. In der digitalen Welt würde es auch gar nicht mehr funktionieren, selbst wenn wir es versuchten. Daraus folgt eine notwendige Verschiebung des Fokus von (internen) Medien und Kanälen zu einer Kommunikation an Mitarbeitende (Stichwort Information und Relevanz), mit Mitarbeitenden (Stichwort Dialog) und durch Mitarbeitende (Stichwort Employee Advocacy).



**Steffen Henke**  
[Deutsche Post DHL Group](#)  
 Global Head of Internal Communications

Steffen Henke leitet den Bereich „Digital & Employee Communications“ bei Deutsche Post DHL Group in Bonn und verantwortet mit seinem Team die konzernweite interne Kommunikation sowie die globalen digitalen Touchpoints wie Social Media und digitales Content Marketing. Zuvor war er in verschiedenen Kommunikationsfunktionen bei Vodafone, Linde und Evonik tätig.

## 12.00 – 13.00 Uhr Speed-Café



Interne Kommunikation zwischen VUCA und Budgetkampf: Un-chain!

Neue Erwartungen und fundamental neue Herausforderungen: Den IK-Bereichen öffnen sich ungeahnte Möglichkeiten, als wesentlicher Treiber die Zukunft der Organisation entscheidend mitzugestalten. Im Speed-Café werden wir VUCA spielerisch erfahren, um von da aus im kollegialen Dialog Ansatzpunkte für eine neue Zukunft zu erschließen.

## 13.00 – 14.00 Uhr Mittagspause

## 14.00 – 14.15 Uhr Die Zukunft der Mitarbeiterzeitung: Studienvorstellung

Seit 2014 untersuchen Kammann Rossi und SCM in regelmäßigen Abständen die Zukunft der Mitarbeiterzeitung im deutschsprachigen Raum. Im Frühjahr 2022 haben wir wieder gefragt: Wie geht es der Zeitung bzw. dem Magazin? Lebt es noch? Digital oder analog? Und: wie wichtig ist das Medium fürs Engagement der Mitarbeitenden?



**Dr. Guido Wolf** mit SwarmWorks  
conex. Institut  
Institutsleitung

Dr. Guido Wolf arbeitet seit 1990 als Unternehmensberater, Moderator, Trainer und Coach und gründete im Jahr 1998 das conex. Institut. Gemeinsam mit seinen Kolleg\*innen begleitet er große und mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen in ihren Veränderungsprozessen. Sein Schwerpunkt: effiziente und effektive interne Kommunikation.



**Carsten Rossi**  
Kammann Rossi  
Geschäftsführer

Carsten Rossi ist Geschäftsführer bei Kammann Rossi. Sein Hauptaugenmerk gilt der Content Transformation seiner Kunden aus Unternehmenskommunikation und Marketing. Nach einem Studium der Vergleichenden Literaturwissenschaft arbeitete er als Kommunikationsberater für die Europäische Union und später auch für Kunden in den USA. 1997 gründete er seine erste Agentur. Als Berater für die Deutsche Bahn, Continental, Fiducia und Liebherr entwickelt er Konzepte für Magazine, Content Hubs und Kampagnen in der Internen und Externen Kommunikation.

## BEYOND - FACHMAGAZIN FÜR INTERNE KOMMUNIKATION

Das Magazin widmet sich aktuellen Fragestellungen der internen Kommunikation und angrenzenden Themenfeldern wie Führungs- und Veränderungskommunikation sowie Unternehmenskultur. BEYOND gibt es einzeln oder im Abo.

› TIPP: Entdecken Sie auch unser Online-Portal **interne-kommunikation.net** und den Podcast **thinkBEYOND**, verfügbar auf allen gängigen Plattformen.

**JETZT INFORMIEREN!**



14.15 – 15.15 Uhr

A

**Den digitalen Arbeitsplatz gestalten – eine Aufgabe für die interne Kommunikation?**

Intranets sind nach wie vor einer der Top Kommunikationskanäle. Getoppt nur von dem persönlichen Gespräch. Doch wie steht es 2022 um Intranets? Was sind aktuelle Trends und wie kann das neue Intranet Teil des Digitalen Arbeitsplatzes werden – vor allem in Kombination mit Microsoft 365?



**Sebastian Hoff**  
Staffbase  
Senior Strategic Advisor

B

**Organisation im Wandel – Erfolgreiche Zusammenarbeit in einer hybriden Welt**

Die hybride Organisation ist hier, um zu bleiben. Während Flexibilität von Arbeitszeit und Ort, den persönlichen Alltag bereichern, ist es schwer den Absprung aus vollen Kalendern hin zum Teamgefühl zu schaffen. Welche Maßnahmen sind auf der Change Reise unerlässlich?



**Christina Matuschik & Jonas Hellweg**  
T-Systems  
Beraterin Change/Adoption & People Experience Consultant

C

**IK, digitale Heimat und Unternehmensentwicklung**

Als IK können wir mit einem Social Intranet eine digitale Heimat kreieren. Wir können emotionale Referenzerlebnisse schaffen, damit zur Selbst-, Team- und Unternehmensentwicklung beitragen und gleichzeitig die Plattform beleben. Ziel: ein neues Miteinander auf Basis der digitalen Unternehmensidentität!



**Steffi Gröscho**  
perlrot  
Inhaberin

D

**Wie Sie den Kulturwandel in der Internen Kommunikation richtig anpacken**

Die Unternehmenskultur ist ein wichtiger Baustein einer Unternehmensidentität und setzt sich aus Gewohnheiten, Abläufen und Anweisungen zusammen. Wir erleben seit ein paar Jahren einen starken Kulturwandel in der Arbeitswelt. Lernen Sie, wie Sie den Kulturwandel richtig anpacken und für Ihre Interne Kommunikation nutzen können.



**Eva Rüttgers**  
SUNZINET  
Teamlead Digital Workplace & UX Consultant

15.15 – 16.15 Uhr

A

**Hybrider Arbeitsalltag: Was er für die Führungskräftekommunikation und die Rolle der IK bedeutet**

Wie kann ich mein Team in einer hybriden Arbeitswelt wirklich erreichen und gut führen? Das fragen sich gerade viele Führungskräfte. Auf welche Leadership Skills es ankommt, warum und wie Manager\*innen ihr Kommunikationsverhalten ändern sollten und welche Rolle die IK spielt, zeigen wir Ihnen.



**Dr. Holger Braune & Peter Sturm**  
HIRSCHTEC & Verlag Nürnberger Presse  
Head of Future of Work & Digital Transformation Manager

B

**Kommunikation und Zusammenarbeit im Social Intranet: Einführungs- und Change-Management Strategien**

NEOCOSMO bietet mit PIPE Digital Workplace eine Softwareplattform für den modernen digitalen Arbeitsplatz. Data One hilft Unternehmen bei der Entwicklung einer individuellen Digitalstrategie.



**Dr. Volker Zimmermann & Rebecca Baumhöver**  
NEOCOSMO & Data One  
Geschäftsführer & Digital Business Solutions Consultant

C

**Mit smarten Content-Ideen Mitarbeitende für das Intranet begeistern**

Alle Mitarbeitenden in die interne Kommunikation einzubinden, gehört zu den größten Herausforderungen, denen sich Unternehmen stellen müssen. Doch wie bekommt man die Menschen dazu, täglich in das Intranet einzusteigen und sich darin aktiv auszutauschen?



**Thomas Mörth**  
LOLYO  
Gründer/CEO

D

**Neue Denkansätze, um die wirklich relevanten Informationen im Unternehmen zu erzeugen**

Verantwortliche der Unternehmenskommunikation und IT fragen sich im Rahmen ihrer Content Strategie, welchen Beitrag die bereitgestellten Informationen und Nachrichten für den geschäftlichen Erfolg des Unternehmens wirklich liefern. Im Workshop diskutieren wir, wie neue Denkansätze diesen geschäftlichen Beitrag auf ein völlig neues Level heben können.



**Markus Marenbach**  
VANTAIO  
Geschäftsführer

16.15 – 16.45 Uhr Kaffeepause  
16.45 – 17.30 Uhr

A

### Mehr zuhören als reden: Von der klassischen internen Kommunikation hin zu Employee Engagement

Unsere Mitarbeitenden und ihre Kommunikationsbedürfnisse in den Mittelpunkt zu setzen und damit von einer Sender- zu einer Empfängerperspektive zu wechseln – das ist der zentrale Ansatz, mit dem wir bei Siemens den mit der digitalen Transformation einhergehenden Kulturwandel vorantreiben. Basierend auf Daten und durch zielgruppenspezifische Kommunikation reduzieren wir die Informationsflut und schaffen Raum für Dialog.



**Caterina Taeger**  
Siemens  
Head of Employee & Leadership Communications

B

### COVID-19 als Innovationsschub der internen Kommunikation

Die COVID-19 Pandemie hat die Unternehmenskommunikation massiv verändert. Die Tatsache, dass Mitarbeitende seit zwei Jahren von zu Hause arbeiten, dass interne wie externe Events kaum mehr in physischer Präsenz durchführbar sind, dass Vorstände und Manager\*innen digital führen, hat zu eklatanten und nie gekannten Herausforderungen der internen Kommunikation geführt. Der immer wieder postulierte Digitalisierungsschub kam quasi über Nacht. Welche Herausforderungen werden post-COVID-19 bleiben? Worauf muss zeitgemäße interne Unternehmenskommunikation heute setzen?



**Nils Haupt**  
Hapag Lloyd  
Senior Director Corporate Communications

17.30 – 18.15 Uhr

A

### Analyse und Kanalmix – So steuerst Du die Informationsflut

In Zeiten des digitalen Wandels müssen Kanäle mehr denn je ineinandergreifen und Formate schnell und effizient produziert werden. Videos, Podcasts, Dialogformate und Communitymanagement sollen einheitliche Stories erzählen – die Rolle der IK ist also so vielfältig wie nie. Aber welche Content-Formate wirken tatsächlich, was ist unsere Kanalstrategie und wie machen wir sie messbar? Ich verrat's euch.



**Nina Burmester**  
OTTO  
Senior Communications Channel Managerin

B

### Feiern – über Grenzen hinweg: Das ZEISS 175 Digital Anniversary Radio live im Intranet

Wie feiern 35.000 Mitarbeitende an verschiedenen Standorten und in unterschiedlichen Zeitzonen weltweit das 175. Jubiläum von ZEISS? Und auch noch während einer Pandemie? Mit einer 24-Stunden Radiosendung, übertragen live vom Studio auf der Startseite des ZEISS Intranets. Natürlich mit Möglichkeiten, lokale Eindrücke und Glückwünsche mit anderen im Intranet zu teilen.



**Dr. Charlton Payne**  
ZEISS  
Channel Management Internal Corporate Brand and Communications

C

### Think Beyond – Wie bei Vattenfall Strategie und interne Kommunikation neu gedacht werden

„Großartige Kampagne – I like!“ so und ähnlich lauten die Kommentare unter der News zur neuen Werbekampagne im Vattenfall-Intranet. Noch vor wenigen Jahren wäre das undenkbar gewesen. Heute identifiziert sich die überwältigende Mehrheit der Mitarbeitenden mit der Strategie des Energieversorgers und trägt diese aktiv mit. Wie das gelingt und welche Herausforderungen es trotzdem noch gibt, darüber berichtet Cornelia Wagner.



**Cornelia Wganer**  
Vattenfall  
Leading Corporate Content

Auswahl eines Workshops  
pro Person



Dr. Guido Wolf

## W1

### Den Change-Prozess erfolgreich treiben – Führungs- und Veränderungskommunikation

Es ist allgemein anerkannt, dass jede Weiterentwicklung der Organisation wie auch jeder Change-Prozess nur durch eine breit angelegte und für die Adressat\*innen relevante Kommunikation gelingt. Paradoxerweise reduziert sich die Veränderungskommunikation jedoch allzu häufig auf die Zentralkommunikation, also solche Kommunikationsmaßnahmen, die als „Kommunikation des Unternehmens“ bezeichnet werden können. Erscheinungsformen wie die „Prozesskommunikation“ und erst recht die informelle Kommunikation, welche für die Mitarbeiter\*innen den Alltag prägen, bleiben unterrepräsentiert: Die „Kommunikation im Unternehmen“ harrt nach wie vor ihrer professionellen Nutzung. Insbesondere Führungskräfte bleiben auf sich selbst gestellt, obwohl tiefgreifende Veränderungsprozesse vor Ort vermittelt und verankert werden müssen. Mit fatalen Folgen für die Change-Prozesse, die überwiegend an ihrer mangelhaften Implementierung in der Praxis scheitern.

#### Zielgruppe

Geschäftsführer\*innen und Vorstände, Führungskräfte, Kommunikationsmanager\*innen.

#### Inhalte

- › Change (Ausgangsbasis: Reflexion Ihrer Praxiserfahrungen)
- › Veränderungskommunikation (mit Praxisübung anhand von Fallstudienmaterial)
- › Lösungswerkzeug für ganzheitliches Kommunikationsmanagement: „Business Discourse“
- › Interventionsmethoden im Change Management: Großgruppenkonferenzen
- › Neue Anforderungen an Kommunikations- und andere Manager\*innen

„Fundiert, authentisch, flexibel.“

(Barbara Eichinger, Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung)



Ulrike Führmann

## W2

### Unternehmenskultur – Grundlagen und Gestaltung

Wird in Ihrem Unternehmen auch der Ruf nach einer wirkungsvollen Unternehmenskultur lauter? Haben Sie und hat Ihre Leitung die Bedeutung dieses „Soft Fact“ für den Geschäftserfolg erkannt? Gut so: Unternehmenskultur hat Einfluss auf die Kommunikation, das Führungsverhalten, die Innovationsfähigkeit und viele weitere Aspekte. Und sie wiederum werden durch die Kultur beeinflusst. Auch wenn der Nutzen klar erscheint: Das Phänomen Unternehmenskultur ist nicht einfach zu (be)greifen. Kulturveränderungen gehen über das Proklamieren von Werten und Purpose hinaus. In diesem Workshop nähern wir uns der Unternehmenskultur aus dem Blickwinkel der internen Kommunikation. Wir räumen mit Mythen auf und reflektieren Ihre Einflussmöglichkeiten. Dafür erhalten Sie wertvolle Praxistipps.

#### Zielgruppe

Kommunikations- und Personalmanager\*innen, Organisationsentwickler\*innen, Führungskräfte aus Unternehmen, Verbänden und Organisationen

#### Inhalte

- › Grundverständnis und Grundbegriffe von Unternehmenskultur
- › Hybride und digitale Unternehmenskultur sowie Fehlerkultur
- › Mythen der Kulturentwicklung
- › Prozessgestaltung von Kulturveränderungen
- › Die Rolle der internen Kommunikation bei Kulturveränderungen
- › Einbindung der Führungskräfte
- › Sinn (oder Unsinn?) von Purpose und Werten

„Es wird persönlich und individuell auf einen eingegangen und sogar beratend diskutiert.“

(Matthias Ritters, IW Köln)

# W3



Eva Rüttgers

## Interne Kommunikation – vom Social Intranet zum digitalen Arbeitsplatz

Im Fokus des Seminars stehen Chancen und Herausforderungen von Intranet und Social Media in der internen Kommunikation. Dazu werden die Grundlagen für eine erfolgreiche Intranet-Arbeit mit dem Schwerpunkt „Social Media-Initiativen“ dargestellt und anhand von Fallstudien bzw. Best Practices diskutiert. Abschließend werden konkrete methodische Ansätze für die Einführung von Social Media-Angeboten im Intranet vorgestellt.

### Zielgruppe

Mitarbeiter\*innen, Projektmanager\*innen, Redakteur\*innen oder Leiter\*innen der Internen Kommunikation, Intranet oder Online Medien.

### Inhalte

- › Kernaufgaben der internen Kommunikation, Beitrag des Intranets zur Erfüllung dieser Aufgaben
- › Enterprise 2.0: Chancen und Herausforderungen von Zusammenarbeit, Dialog und Vernetzung über Onlinemedien
- › Vorstellung der verfügbaren Plattformen im Einzelnen
- › Die einzelnen Schritte auf dem Weg zum Enterprise 2.0
- › Community-Building: Identifizierung von Anwendungsfällen für bereits existierende oder neue mögliche Netzwerke im Unternehmen
- › Medienmix: sinnvolle Verknüpfung von Social Media mit den klassischen Medien und dem Intranet
- › Erfolgsmessung: Zielcontrolling für das Intranet
- › Wie verändert sich die Arbeit der internen Kommunikation?
- › Welche kulturellen Veränderungen kommen auf das Unternehmen zu?
- › Fallstudien: Praxiserfahrungen aus Social-Media-Projekten
- › Implementierung: technologische Herausforderungen
- › Typische Fehler bei der Einführung von Enterprise 2.0-Anwendungen
- › Checkliste für den erfolgreichen Rollout von Social-Media-Angeboten

„Der Erfahrungsaustausch innerhalb der Gruppe war sehr interessant. Ich konnte viele neue Ideen mitnehmen.“

(Ninja Rietz, WestLotto)

# W4



Thomas Weiss

## Social Intranet mit SharePoint und Office 365 und MS Teams

Das Intranet ist „sozialer“ und vielfältiger geworden und entwickelt sich immer mehr zu einem vollwertigen digitalen Arbeitsplatz. Es wandelt sich zunehmend zu einem unternehmensweiten Angebot von digitalen Werkzeugen für Vernetzung, Wissensaustausch und Zusammenarbeit. Dies stellt Nutzer\*innen und Organisationen vor neue Herausforderungen. In diesem Workshop erfahren Sie, wie Sie Ihr Intranet mit Office 365-Werkzeugen aufbauen und effizient nutzen können und lernen die typischen Schritte für die Einführung eines Social Intranets kennen.

### Zielgruppe

Mitarbeiter\*innen, Projektmanager\*innen, Redakteur\*innen oder Leiter\*innen der internen Kommunikation, Intranet oder Online-Medien.

### Inhalte

- › Social Intranet – was ist das?
- › Wie ändert sich die Kommunikation und die Arbeit der Redakteur\*innen?
- › Trends beim digitalen Arbeitsplatz? Was sind die Nutzerwünsche?
- › Microsoft 365: Mehr als nur Intranet
- › MS Teams – der zentrale Einstieg in den digitalen Arbeitsplatz
- › Add-ons für SharePoint und die dazugehörigen Szenarien
- › Gibt es Alternativen zu Office 365?
- › Wie nutze ich Apps wie Teams, Yammer oder Delve?
- › Hinweise für die Initialisierung und Projektierung eines Social Intranets inkl. Softwareauswahl
- › Agile Entwicklung
- › Kennen – Können – Wollen: Wie stelle ich sicher, dass die neuen Werkzeuge angewendet werden?
- › Darstellung der typischen Phasen (Strategie, Konzeption, Umsetzung, Go-Live-Vorbereitung, Go-Live & Betrieb) und Arbeitspakete eines Intranet-Projektes

„Komplexe Inhalte verständlich dargestellt und greifbar gemacht. Gute Referenzen, die unterschiedlich waren, sodass unterschiedliche Ausprägungen deutlich wurden.“

(Laura Beckmann, Lufthansa Industry Solutions)