

Digitale Transformation im Betrieb fördern



Digitalisierung und digitale Transformation waren in den letzten Jahren die treibenden Kräfte für Innovationen in kleinen und mittleren Unternehmen (**KMU**). **Im Jahr 2020** mussten viele KMU aufgrund des Ausbruchs von Covid-19 schließen.

Ihre Geschäftsmodelle passten nicht zu dieser neuen Situation. Wie kann **digitale Transformation** das Überleben von KMU sichern?

Dieser Kurs beschäftigt sich mit folgenden Fragen:

- Was ist der **Unterschied** zwischen Digitalisierung und digitaler Transformation?
- Wie kann dein Unternehmen durch digitale Transformation **wettbewerbsfähig bleiben**?
- Wenn ein Unternehmen stark auf **persönlichen Kontakt und Service** angewiesen ist - wie kann man es digital machen?
- Wie kann **Online-Kommunikation** die digitale Transformation in deinem Betrieb anzufeuern?

In diesem Kurs kannst du Anregungen und Hinweise finden, wie du **digitale Transformation und Innovation in deinem Betrieb** durch die Etablierung von **Online-Kommunikation** unterstützen kannst.

Wer hinter dem Onlinekurs steckt

Dieser Onlinekurs wurde von [Isabell Grundschober](#) ([Universität für Weiterbildung Krets](#)) für das [DigiCulTS Projekt](#) in englischer Sprache entwickelt. Das [Studien und Management Center Saalfelden](#) hat den Kurs übersetzt und für den österreichischen Kontext adaptiert. DigiCulTS wird vom [ErasmusPlus](#) Programm der Europäischen Union gefördert.

Beginnen wir mit dem ersten Kapitel des Kurses:

- ☰ 1) KMU in der Covid-19-Krise

- ☰ 2) Beispiele aus der Praxis

- ☰ 3) Persönlicher Kontakt - ein Must Have?

- ☰ 4) Online-Kommunikation als Ersatz?

- ☰ 5) Fördere Innovation und digitale Transformation in deinem KMU

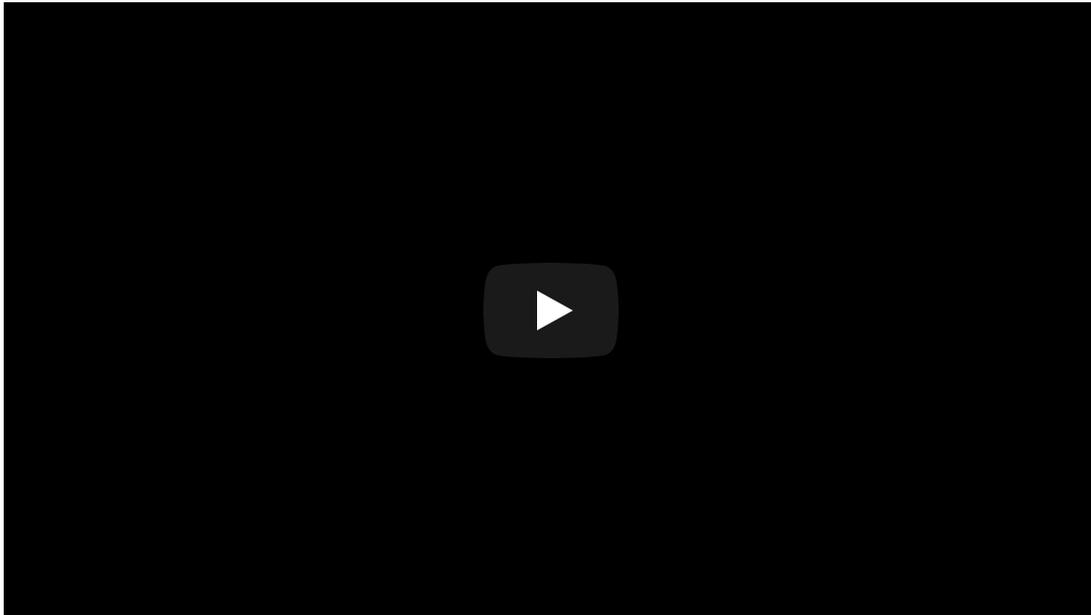
1) KMU in der Covid-19-Krise



KMU spielen für die meisten Länder eine wichtige Rolle: Sie machen 60 Prozent der Beschäftigung und 50 bis 60 Prozent der Wertschöpfung in den OECD-Ländern aus.

Nach dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie erlebten viele KMU **starke Umsatzeinbrüche**. Viele von ihnen haben nicht die Reserven, um unter diesen Bedingungen zu überleben.

 YOUTUBE



Die Auswirkung von Covid-19 auf KMU

Im Rahmen unseres Erasmus+ Projekts DigiCulTS beschäftigen wir uns mit den Auswirkungen von Covid-19 auf Klein- und Mittelunternehmen. Die "Digitale Revolutio...

ANSICHT AUF YOUTUBE >

Die Politik reagierte mit verschiedenen Maßnahmen zur Rettung von KMU, wie z.B. Zahlungsaufschub, Verbesserung des Zugangs zu Krediten oder die Bereitstellung von Zuschüssen und Lohnsubventionen. Dennoch kämpfen viele KMU um das Überleben in der Krise.

Welche Maßnahmen können kleine und mittlere Unternehmen ergreifen, um ihr Überleben zu sichern?

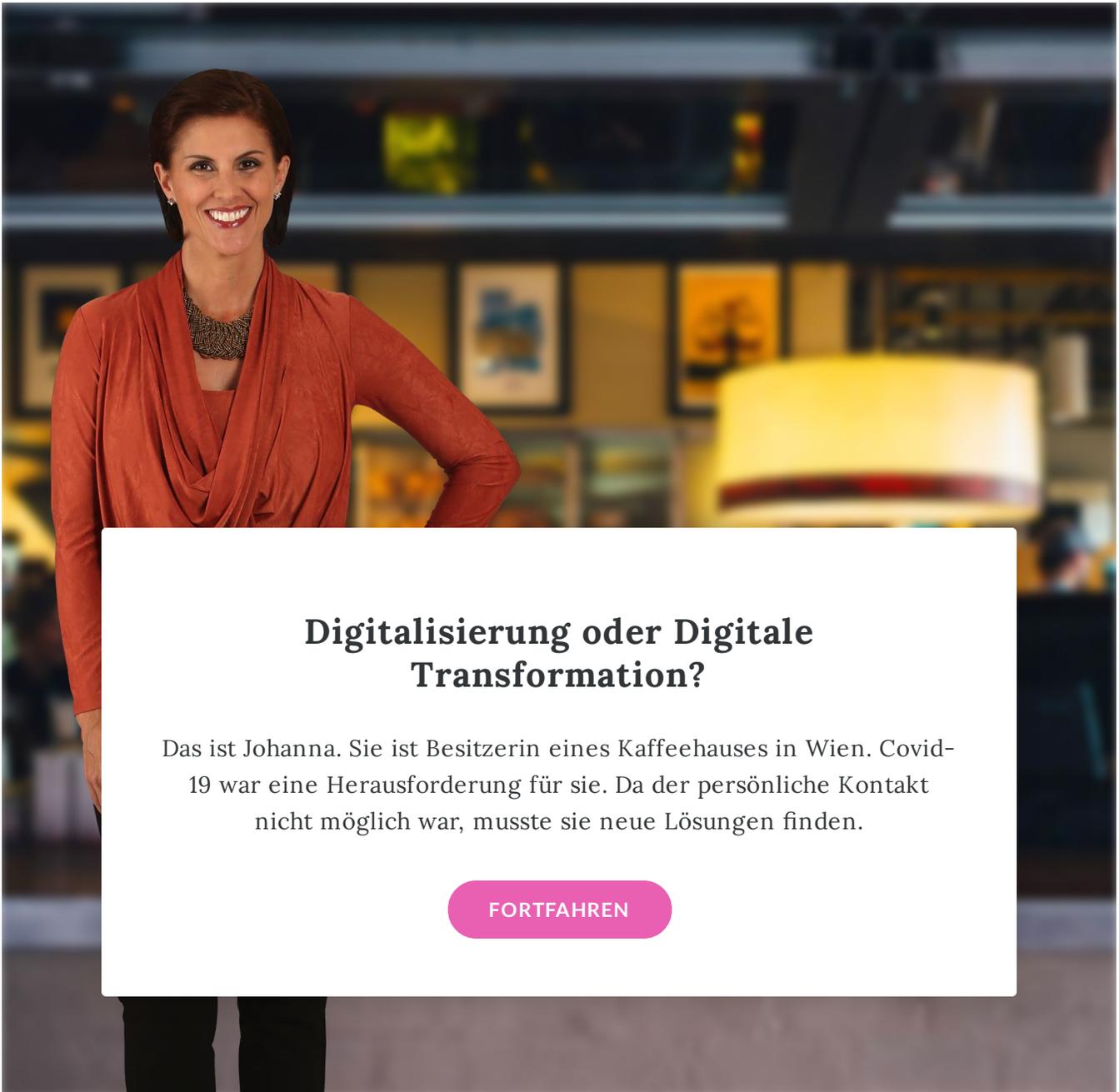


Strategien, um im Geschäft zu bleiben während und nach Covid-19

Es braucht **nachhaltige Maßnahmen**, um die Widerstandsfähigkeit deines kleinen oder mittelständischen Unternehmens zu stärken. Das bedeutet, **neue Technologien** und **Arbeitspraktiken** zu übernehmen:

Digitalisierung und digitale Transformation sind Schlagwörter, die in diesem Zusammenhang oft verwendet werden.

Hast du **Zeit für ein Gespräch** zu diesen Themen mit Brianna, einer Bistro-Besitzerin aus Wien? Starte den Dialog unten mit einem Klick auf den Button "Weiter".



Digitalisierung oder Digitale Transformation?

Das ist Johanna. Sie ist Besitzerin eines Kaffeehauses in Wien. Covid-19 war eine Herausforderung für sie. Da der persönliche Kontakt nicht möglich war, musste sie neue Lösungen finden.

FORTFAHREN

Scene 1 Slide 1

Continue → Next Slide



Hattest du im Jahr 2020 auch Schwierigkeiten, dein Unternehmen zu führen?

1

Ja, Covid-19 war schwierig für mein Geschäft, das stark auf den physischen Kontakt mit Kund*innen angewiesen war.

2

Nicht allzu sehr, da wir in der Vergangenheit andere Wege der Verbindung mit Kund*innen etablieren konnten.

Scene 1 Slide 2

0 → Scene 1 Slide 3

1 → Scene 1 Slide 3



Digitale Transformation und Digitalisierung sind wichtige Schlagwörter dieser Tage. Ich bin mir nicht sicher, ob ich den Unterschied wirklich kenne. Weißt du es?

1

Ich bin mir nicht zu 100 % sicher, worin der Unterschied besteht.

2

Ich kenne den Unterschied zwischen diesen Begriffen sehr gut.

Scene 1 Slide 3

0 → Scene 1 Slide 4

1 → Scene 1 Slide 4



Digitalisierung und Digitale Transformation: Mehr als Schlagwörter

Der Artikel "Digitization, Digitalization, and Digital Transformation: What's the Difference?" von Colleen Chapco-Wade ist eine Pflichtlektüre. [Viel Spaß beim Schmökern!](#)

ERNEUT STARTEN



Scene 1 Slide 4

Continue → End of Scenario

Konzepte der Digitalisierung und digitalen Transformation verstehen

Einen guten Überblick über die Hauptmerkmale des Prozesses von der Digitalisierung zur digitalen Transformation gibt Dobrica Savić ([Savic, 2019](#)):

	Digitalisierung technisch	Digitalisierung als Prozess	Digitale Transformation
Ziel	Wechsel vom analogen zum digitalen Format	Vorhandene Geschäftsabläufe und Prozesse automatisieren	Veränderte Geschäftsabläufe in Unternehmen, die Art der Produktion, wie man es macht
Aktivitäten	Informationen digitalisieren Überführung von Papierdokumenten, Filmen, etc. in ein digitales Format	Gestaltung von digitalen Arbeits- und Kommunikationsprozessen Digitalisierte Informationen nutzbar machen	Aufbau digitaler Unternehmen Entwicklung innovativer Kunden-Geschäftsmodelle
Herausforderungen	Volumen (Material)	Preis (finanziell)	Widerstand gegen Veränderung

Verpasse keine Gelegenheit, dein Unternehmen weiterzuentwickeln

Brianna ist nicht die Einzige, die zu kämpfen hat. KMU aus verschiedenen Branchen kämpften als Folge von Covid-19 um ihre Existenz. **Um zu überleben, braucht es ständige Weiterentwicklung und tiefgreifendes Wissen über digitale Konzepte:**

"Wenn Führungskräfte glauben, dass sie ein Unternehmen digitalisieren oder einen Prozess

digitalisieren können, um sich digital zu transformieren, missverstehen sie die Begriffe und verpassen die Chance, sich weiterzuentwickeln, Wettbewerbsvorteile zu erzielen, auf die Erwartungen und Anforderungen von Verbrauchern und Mitarbeitern zu reagieren und ein agiles Unternehmen zu werden." ([Colleen Chapco-Wade, 2018](#))



DIGITIZATION + DIGITALIZATION = DIGITALISIERUNG

Kurz zusammengefasst, handelt es sich bei der Digitization um die Umwandlung von analogen Informationen (Objekte, Bilder, Töne, Dokumente oder Signale) in ein numerisches beziehungsweise maschinenlesbares Format...

WEITERLESEN

KMU und Covid-19: Sieben Ansätze zur Krisenbewältigung

Die McKinsey-Analyse zeigt, an welchen Stellen mittelständische Unternehmen ansetzen können, um nicht zu den Krisenverlierern zu zählen.

WEITERLESEN

Digitalisierung - Konjunkturmotor in der Krise

Die Studie von accenture (2020) zeigt die Potenziale auf, welche mit einer erfolgreichen digitalen Transformation gehoben werden können, sowohl für Unternehmen und die gesamte Wirtschaft als auch für diverse Gesellschaftsbereiche.

WEITERLESEN



Was sind die zentralen Erkenntnisse in diesem Kapitel?

Zentrale Erkenntnisse

In diesem ersten Kapitel wurden **zwei Strategien zur Sicherung der Lebensfähigkeit** von kleinen und mittleren Unternehmen vorgestellt:

- **Digitalisierung (technisch):** Umstellung von analog auf digital
- **Digitalisierung (als Prozess):** Digitalisierte Informationen nutzbar machen
- **Digitale Transformation:** Die Entwicklung innovativer, kundenzentrierter Geschäftsmodelle, die all diese digitalisierten Daten und Anwendungen integrieren.

Nachdem wir die Definitionen dieser drei Schlagworte geklärt haben, werfen wir einen Blick in die Praxis:

Werfen wir einen Blick in die Praxis!

2) Beispiele aus der Praxis



Wie haben kleine und mittelständische Unternehmen auf Covid-19 reagiert? Welche Entscheidungen basierten auf Digitalisierung oder digitaler Transformation?

Für einige Unternehmen macht Covid-19 es **unmöglich, Dienstleistungen zu erbringen**, die reich an persönlichem Kontakt sind.

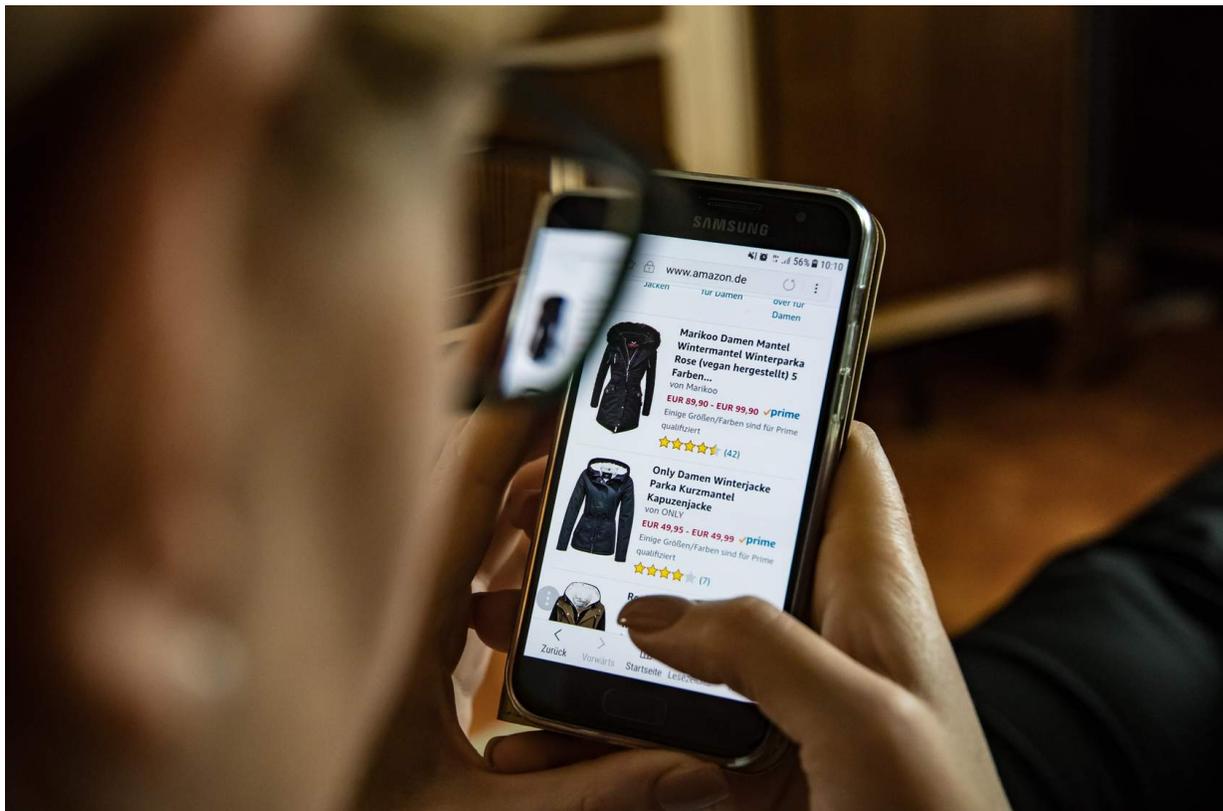
Dennoch gibt es einige Lösungsstrategien für KMU, die die Überlebensfähigkeit der Unternehmen unterstützen, nämlich Veränderungen in der **digitalen Geschäftskommunikation** sowie eine **digitale**

Geschäftsentwicklung.

Beispiele für technische Digitalisierung und Digitalisierung als Prozess

Während des Ausbruchs von Covid-19 im Jahr 2020 konnten viele KMU ihre Produkte und Dienstleistungen weiterhin anbieten, hatten aber verschiedene Probleme in Bezug auf die Digitalisierung, zum Beispiel bei der **Kundenakquise, dem Vertrieb und der Kundenkommunikation.**

Wie informiert man Kund*innen **rechtzeitig** über neue Produkte und Dienstleistungen und wie verkauft man sie ihnen bei **begrenzten persönlichen Kontaktmöglichkeiten?**



Die Digitalisierung der Unternehmenskommunikation war für viele KMU ein wichtiger Aspekt, um im Geschäft zu bleiben.

Viele Unternehmen entwickelten **Online-Shops, mobile Anwendungen, bauten digitale Bestellwege aus** und traten über verschiedene **virtuelle Kommunikationskanäle** mit ihren Kund*innen in Kontakt. ([Mayzin Han, 2020](#))

Beispiele für Geschäftsentwicklung durch digitale Transformation





"It's safe to say that the fitness industry will not be the same in the post-coronavirus lockdown world." ([Melania Armento, May 2020](#))

Einige Unternehmen digitalisierten nicht nur Informationen oder digitalisierten Geschäftsprozesse. Sie entwickelten während des Covid-19 **völlig neue Dienstleistungen oder Produkte**, um die Bedürfnisse der Kund*innen in Zeiten der Pandemie zu erfüllen.

Um ein Beispiel zu nennen: Die Fitnessbranche war von der weltweiten Pandemie im Jahr 2020 massiv betroffen. Fitnessstudios konnten nicht öffnen, so dass viele Fitnessgeschäfte online gingen "[from bricks to clicks](#)".

"Menschen schätzen Bequemlichkeit und Bequemlichkeit ist der Schlüssel in der Fitnessbranche nach der Pandemie. (...) Die Umstellung auf Digitales, der Erwerb neuer Fähigkeiten und die Anpassung an das neue Geschäftsmodell sind wesentliche Schritte, um eine erfolgreiche Strategie für die neue Normalität nach COVID-19 zu planen." ([Melania Armento, Virtuagym, May 2020](#)).

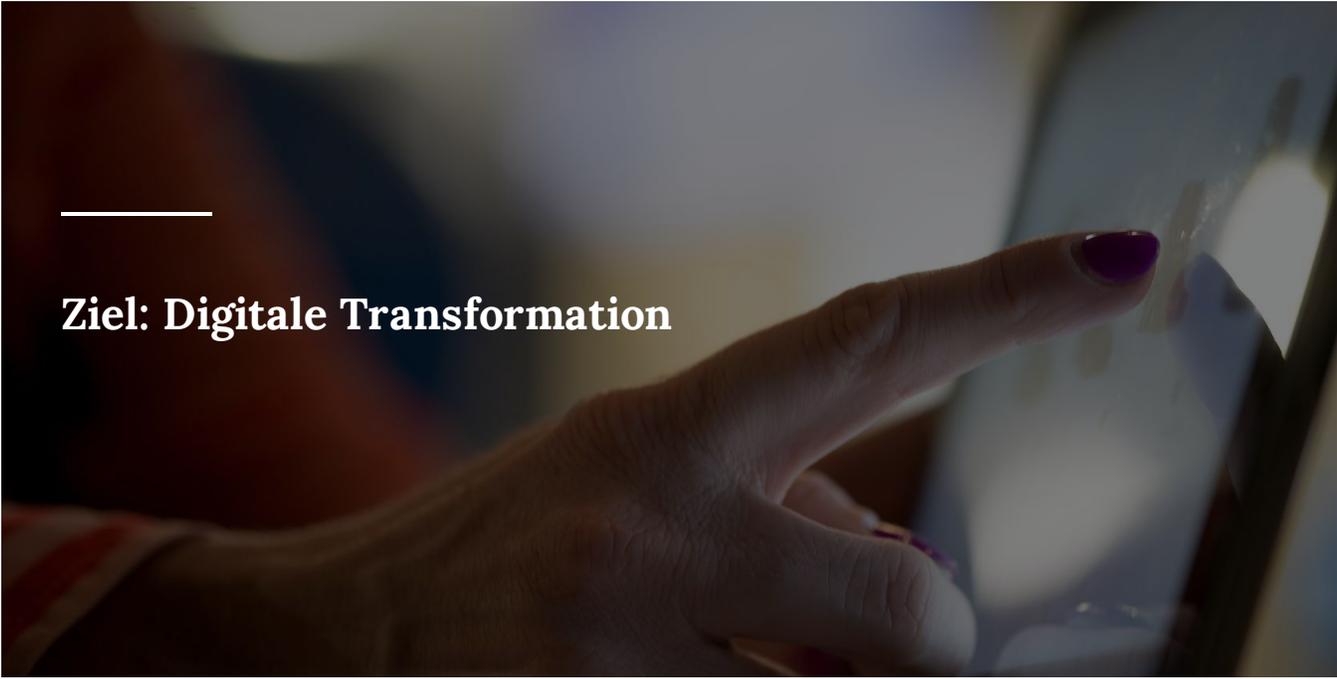
Diese Veränderungen von Geschäftsmodellen, die auf neuen Verbraucherbedürfnissen und -kontexten sowie neuen Kommunikations- und Interaktionsformen basieren, sind gute Beispiele für die **digitale Transformation während der Covid-19** Pandemie.

Möchtest du weitere Beispiele aus der Praxis hören?

Der "Aston means business podcast" bietet wichtige Ratschläge für Geschäftsinhaber*innen und Manager*innen, Unternehmer*innen und Student*innen. Im März 2020 richteten die Podcast-Produzenten ihre Aufmerksamkeit auf **kleine und mittelständische Unternehmen** und darauf, wie sie **auf die Herausforderungen reagieren**, die der Covid-19 mit sich bringt.

Du kannst den Podcast kostenlos auf [Spotify](#), [Google Podcasts](#), und [Apple Podcasts](#) hören. Suchst du Beispiele auf Deutsch? Dann findest du viele Anregungen hier: [Mittelstand.de](#), [KMU-Praxisleitfaden](#) und im Onlinekurs: **Wieviel digital braucht mein Handwerk?**





Ziel: Digitale Transformation

Digitale Kompetenz und eine eine positive Einstellung zu Veränderung und Wachstum sind entscheidend für den Unternehmenserfolg. Es reicht nicht aus, einzelne Prozesse zu digitalisieren, ohne die breitere Perspektive der digitalen Technologie und des kulturellen Wandels zu verstehen.

Bei der digitalen Transformation geht es um Menschen, genauso wie um digitale Technologie:

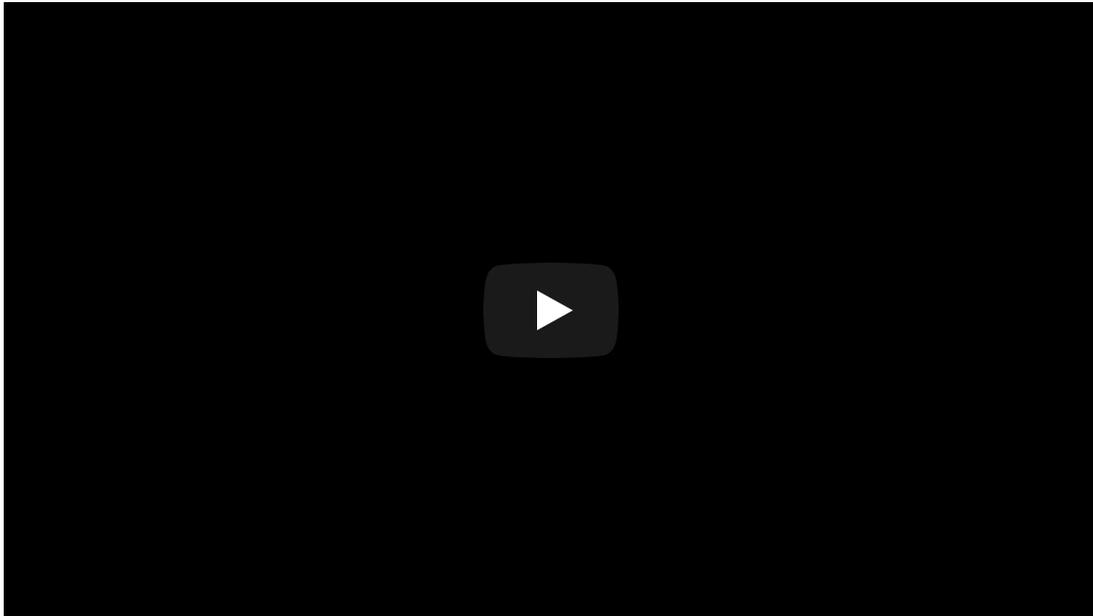
- *Welche Bedürfnisse haben die Menschen?*
- *Wie reagieren sie auf Technologie? Was sind ihre Erwartungen?*
- *Wie kommunizieren sie online und was sind ihre aktuellen Gewohnheiten?*

Das **Video unten** handelt von der verzweifelten Situation des **KMU-Besitzers** Joseph, die sich schließlich in einen **großen Erfolg** verwandelt, weil Joseph agil auf die Bedürfnisse und Reaktionen seiner Kund*innen reagiert. **Viel Spaß! :)**

i **Du willst dir dieses Video mit deutschen Untertitel ansehen?** Starte das Video und öffne in der unteren **Menüleiste "Einstellungen"** (das Zahnrad), klicke auf **"Untertitel"**: es erscheint "Englisch (automatisch erzeugt)", klicke weiter auf den Pfeil > und du

sieht die Option "**Automatisch übersetzen**". Mit einem weiteren Klick öffnen sich hier alle verfügbaren Sprachen.

 **YOUTUBE**



'The Stages of Business Disruption': Our new video on digital transformation

Deloitte Digital has released the video "The Stages of Business Disruption," which tells a story of business and digital transformation, providing insight as...

ANSICHT AUF YOUTUBE >

Bäcker Joseph dachte schon, er müsse seine Bäckerei wegen seiner Gluten-Unverträglichkeit schließen. Was hat seine neue Geschäftsidee so erfolgreich gemacht?

Er entwickelte eine mobile App für seine Bäckerei.

Er hat verstanden, dass "glutenfrei" ein trendiges Bedürfnis ist.

Er hörte sich die Beschwerden und Bedürfnisse seiner Kund*innen an und verbesserte seinen Service und erhöhte die Bequemlichkeit für die Kund*innen durch eine digitale App und einen Sofortlieferdienst.

Seine Geschäftsidee könnte sogar Covid-19 überleben!

SUBMIT



Nimm dir etwas Zeit zum Nachdenken.

Es zahlt sich aus.

Zeit zum Nachdenken.

Reflektiere deine Praxis: **Womit hatte deine Branche während des Covid-19 zu kämpfen?**

Wie hat die Digitalisierung bzw. die digitale Transformation in deiner Branche **die Risiken einer Betriebsschließung gemindert?**

Kannst du dich an einige Beispiele erinnern? Tausche dich mit deinen Kolleg*innen und Freund*innen aus oder nutze unser Online-Diskussionsforum unten.





Teile deine Erfahrungen und diskutiere mit Gleichgesinnten

Wir haben für dich ein Online-Diskussionsforum auf [Padlet](#) eingerichtet, damit du deine Überlegungen und Erfahrungen mit Gleichgesinnten teilen kannst. Es ist ein **digitaler Brainstorming- und Diskussionsraum**, in dem du etwas posten, kommentieren oder andere Postings liken kannst. Wir freuen uns darauf, mit dir über die folgenden Themen zu diskutieren:

- Vor welchen Herausforderungen standen dein Unternehmen und andere Unternehmen in deiner Branche während der Covid-19-Pandemie?
- Wie hat die Digitalisierung oder auch die digitale Transformation in deiner Branche die Risiken einer Betriebsschließung gemindert? Kannst du dich an einige Beispiele erinnern?

Füge deine Antworten auf diese Fragen in unserem **Online-Diskussionsforum** hinzu. Klicke einfach **auf den Button mit dem "Plus"-Symbol** in der rechten unteren Ecke, um deinen Kommentar hinzuzufügen:



Du kannst das Padlet auch in einer separaten Browser-Registerkarte [hier](#) öffnen.

i **Du hast Padlet noch nicht benutzt?** Es ist ziemlich benutzerfreundlich und intuitiv. Du brauchst dich nicht anzumelden, um es zu benutzen. Wenn du mehr darüber erfahren möchtest, wie man es benutzt, finden du hier ein kurzes [YouTube-Tutorial \(deutsch\)](#)





"Move your fitness business from bricks to clicks with this new approach"

Melania Armento (2020) beschreibt in einem Blogbeitrag, wie sich Fitnessunternehmen während des Covid-19 verändern mussten.

[WEITERLESEN](#)

ENGLISCH:

KMU-Podcast "Anpassung der KMU an die Herausforderungen des Covid-19"

Die "Aston means business podcasts" bieten wichtige Ratschläge für Geschäftsinhaber und Manager, Unternehmer und Studenten. Im März 2020 richteten die Produzenten des Podcasts ihre Aufmerksamkeit auf kleine und mittlere Unternehmen und darauf, wie sie auf die Herausforderungen des Covid-19 reagieren.

[HEAR MORE](#)



Was hast du in diesem Kapitel gelernt?

Gelernte Lektionen

In diesem zweiten Kapitel hast du **praktische Beispiele** für technische Digitalisierung, Digitalisierung als Prozess und digitale Transformation kennengelernt.

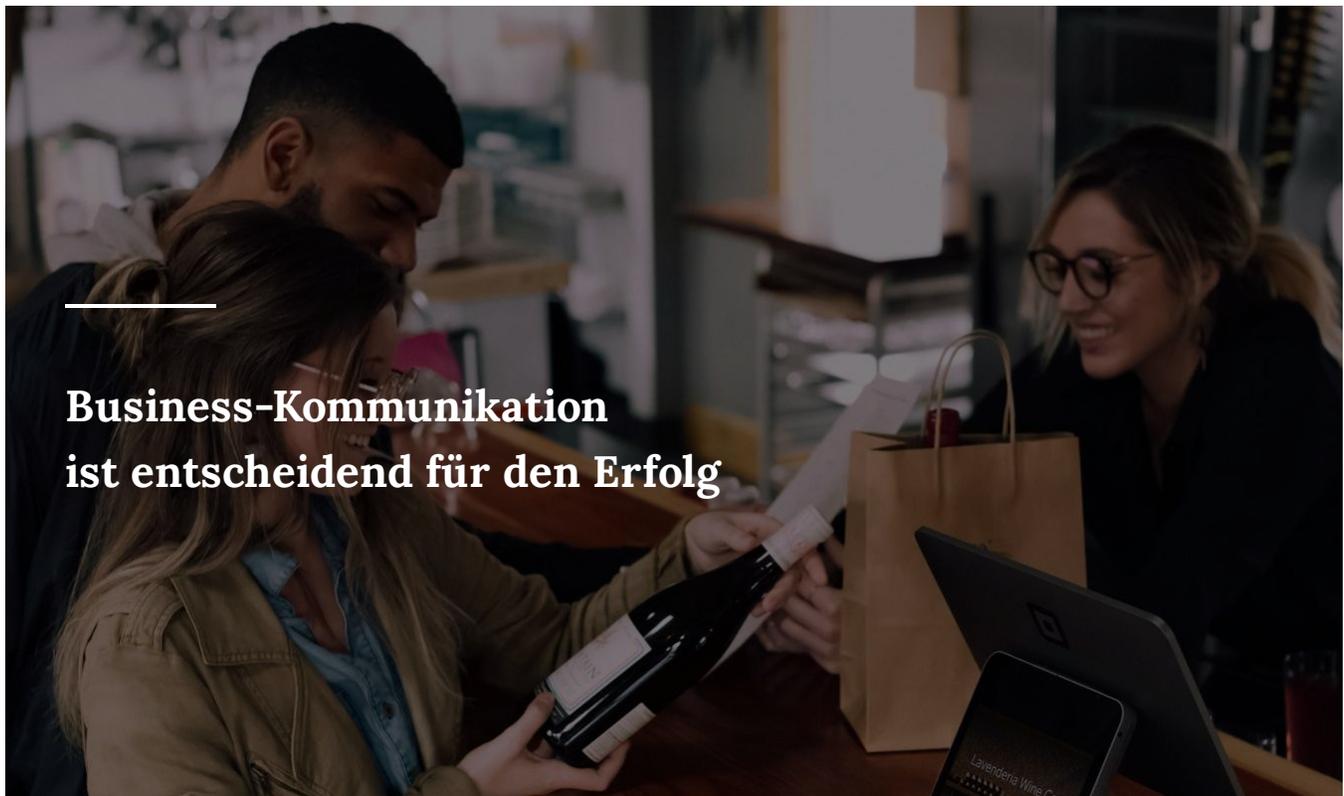
Du hast herausgefunden, dass die digitale Transformation **ein entscheidender Aspekt der Geschäftsentwicklung und des Überlebens** in der Covid-19-Pandemie ist. Um in der Krise zu bestehen, bedarf es einer **ständigen Weiterentwicklung** des Geschäftsmodells.

Nachdem wir die Rolle der **digitalen Transformation** für den Erfolg deines Unternehmens verstanden haben, erschließen wir nun die Möglichkeiten **der Online-Geschäftskommunikation** für dein Unternehmen.

Nach dem Ausbruch von Covid-19 im Jahr 2020 war der persönliche Kontakt nicht oder nur sehr eingeschränkt möglich. Eine Frage, die wir uns daher stellen, ist: **Könnte die Online-Kommunikation ein Ersatz für den persönlichen Kontakt sein?**

Persönlicher Kontakt - ein Must Have?

3) Persönlicher Kontakt - ein Must Have?



In der **geschäftlichen Kommunikation** geht es um den **Austausch von Informationen** zwischen **Mitarbeiter*innen** sowie um den **Austausch von Informationen außerhalb des Unternehmens**, mit Geschäftspartner*innen, Lieferant*innen und Kund*innen.

Durch Interaktionen von Angesicht zu Angesicht können wir auf verschiedene Weise Bedeutung vermitteln. Dies ist ein großer Vorteil für Unternehmen, da sie die **Kommunikation als Werkzeug nutzen, um bestimmte Ziele zu erreichen**: Um Kundenbeziehungen aufzubauen, den Umsatz zu steigern, Dienstleistungen und Produkte anzubieten, usw.

Viele KMU **verlassen sich bei der Kundenakquise**, dem Verkauf oder der Stärkung von Kundenbeziehungen im Allgemeinen **stark auf den persönlichen Kontakt**.

Warum? Hier sind drei Beispiele:



1) Der persönliche Kontakt ermöglicht **zeitnahe Informationen** über das Unternehmen, seine Angebote und Produkte.

2) Durch den **persönlichen Kontakt in deinem Geschäftslokal** (Laden, Restaurant, Büro, etc.) ist es einfach, potenziellen Kund*innen zu vermitteln, worum es in deinem Unternehmen geht.

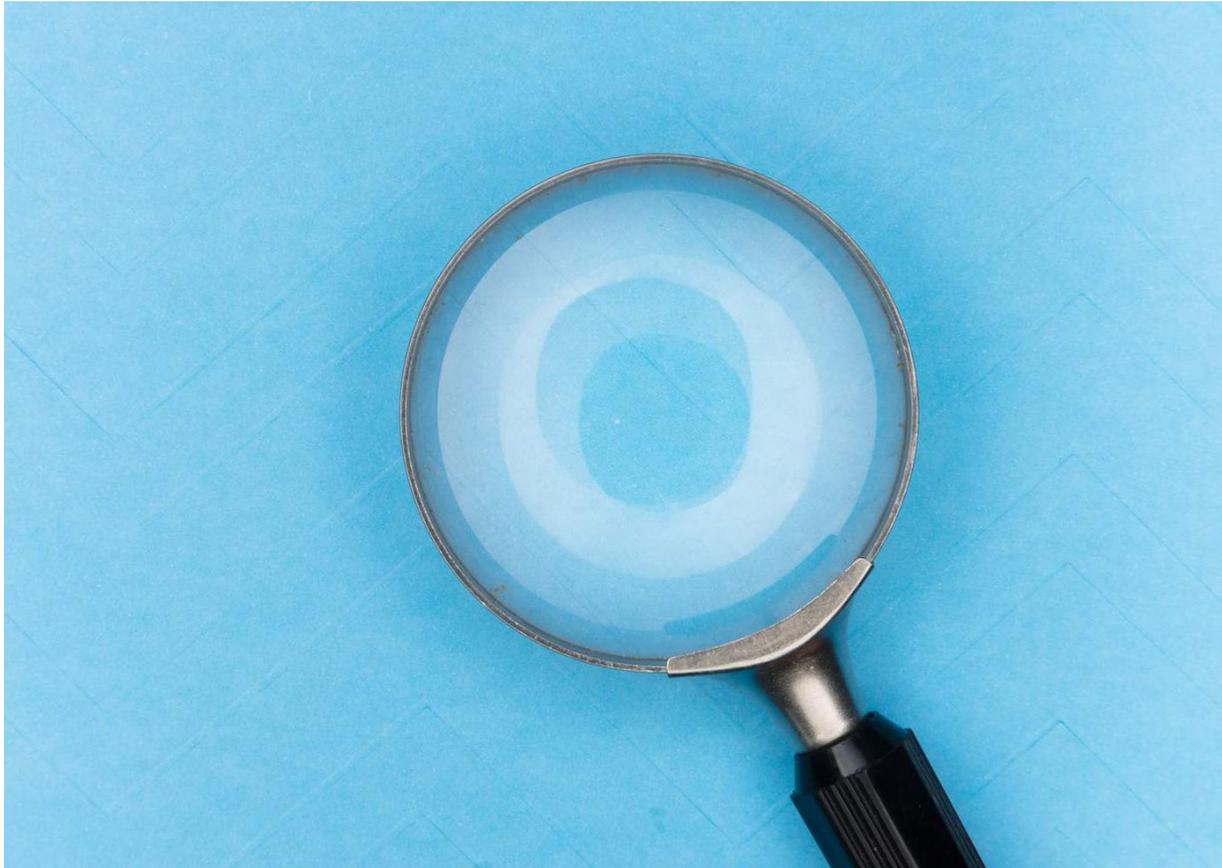
3) Der persönliche Kontakt zwischen Mitarbeiter*innen, KMU-Besitzer*innen und Kund*innen hilft, **Kundenbeziehungen aufzubauen**.

Covid-19 machte es schwierig oder sogar unmöglich, diese traditionellen "Offline"-Kommunikationswege zu nutzen. **Wie kann man Alternativen finden?**

Online-Kommunikation bietet **neue Möglichkeiten**, **beschleunigt den Informationsfluss** sowie die **Produktivität**. Professor Kress, ein britischer Semiotiker [\(2003\)](#), weist darauf hin: **"Die Welt der Kommunikation steht nicht still."**

Es scheint ein wachsendes Angebot an Online-Kommunikationskanälen und -möglichkeiten zu geben. **Wir fragen uns nun:**

Kann die Online-Kommunikation den persönlichen Kontakt ersetzen?

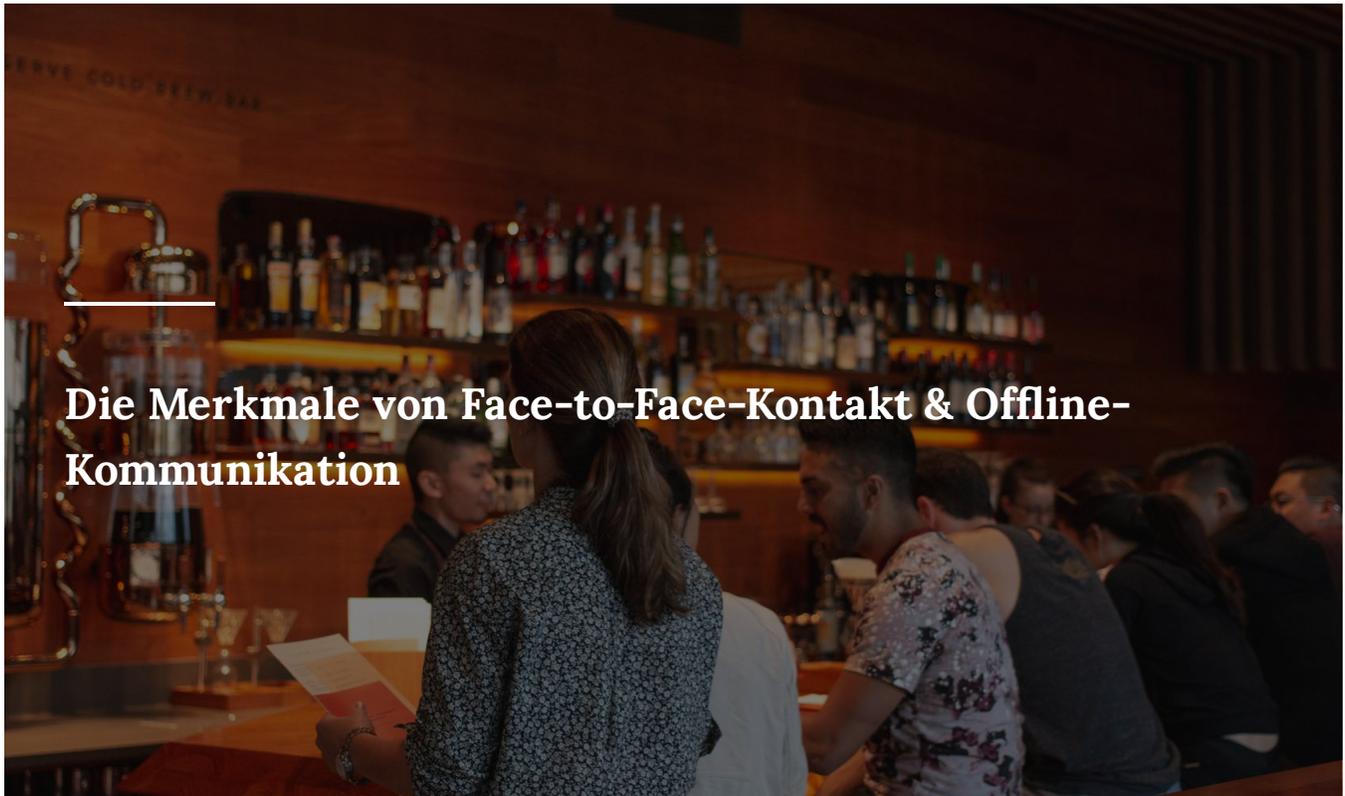


Zeit, genauer hinzuschauen, um Antworten
auf unsere Fragen zu finden.

Schauen wir uns das einmal genauer an!

Was sind **die Merkmale von Online- und Offline-Kommunikation**? Welche
Gemeinsamkeiten haben sie? Was sind die Unterschiede? Und wie nutzen wir sie für **die
Unternehmenskommunikation**?

Danach wird es einfacher sein, unsere Frage zu beantworten "**Kann Online-Kommunikation den persönlichen Kontakt ersetzen?**".



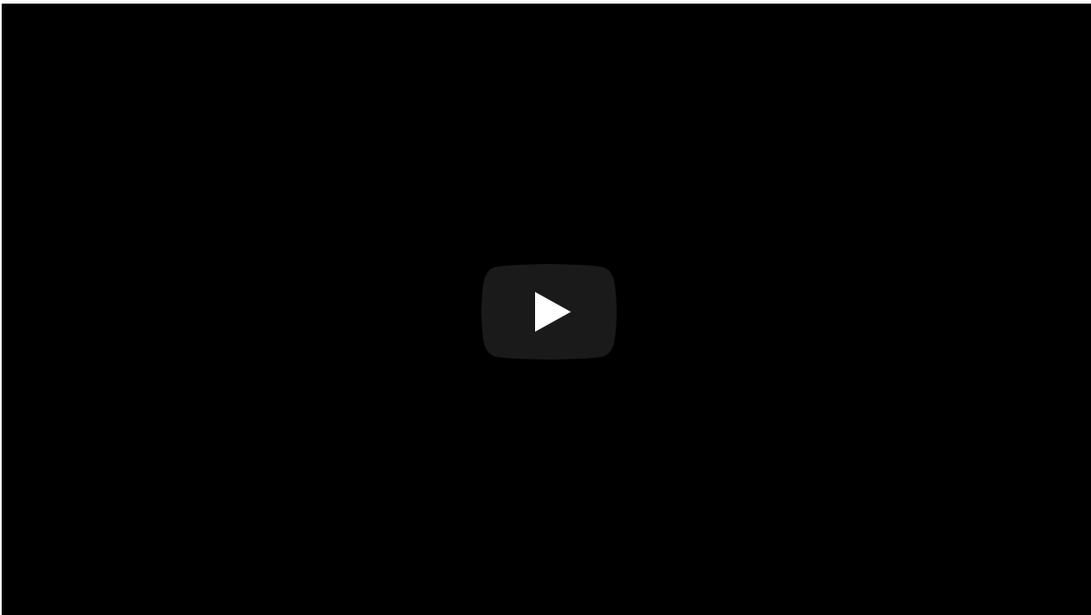
Kommunikation ist mehr als nur Sprechen, Schreiben und Lesen. Als KMU kommunizieren wir ständig mit Kund*innen durch **Gebäude, Raumgestaltung, Gestik, Mimik und viele andere Arten von Medien.** ([Mary Kalantzis and Bill Cope, 2016](#))

In dem folgenden Video, das vom Illinois College of Education produziert wurde, erklären Mary Kalantzis und Bill Cope, wie **räumliche, taktile und gestische Bedeutungen** die Kommunikation beeinflussen.

Ein kleiner Vorgeschmack: In Minute 7 des insgesamt 10 Minuten langen Videos dekonstruiert Bill Cope das Design eines Geschäfts und geht dabei näher auf das "**Design für effektive Verkaufsräume**" ein.

i Du willst dir dieses Video mit deutschen Untertitel ansehen? Starte das Video und öffne in der unteren **Menüleiste "Einstellungen"** (das Zahnrad), klicke auf **"Untertitel"**: es erscheint "Englisch (automatisch erzeugt)", klicke weiter auf den Pfeil > und du siehst die Option **"Automatisch übersetzten"**. Mit einem weiteren Klick öffnen sich hier alle verfügbaren Sprachen.

 YOUTUBE



12.1 Spatial, Tactile, and Gestural Meanings

Mary Kalantzis and Bill Cope, College of Education, University of Illinois Urbana-Champaign

ANSICHT AUF YOUTUBE >

Wie Bill Cope in dem Video betont, sind Geschäfte und andere Geschäftsräume **stark gestaltete Räume**, die oft auf dem Wissen basieren, wie diese Art von Räumen aussehen sollten.



"Wir können mehr wissen, als wir sagen können."

(Polanyi, 1966)

Unsere **Face-to-Face-Kontakte** beruhen auf Medien und Verhaltensmustern, an die wir gewöhnt sind. Dabei geht es um **unbewusste Prozesse**, um den Austausch von **nonverbalen** und **anderen symbolischen Bedeutungen**.

Wir sind uns **meist nicht aller Signale bewusst**, die wir mit den Medien wie Raum, Gestik, Sprache oder Bild aussenden.

Zeit zum Nachdenken

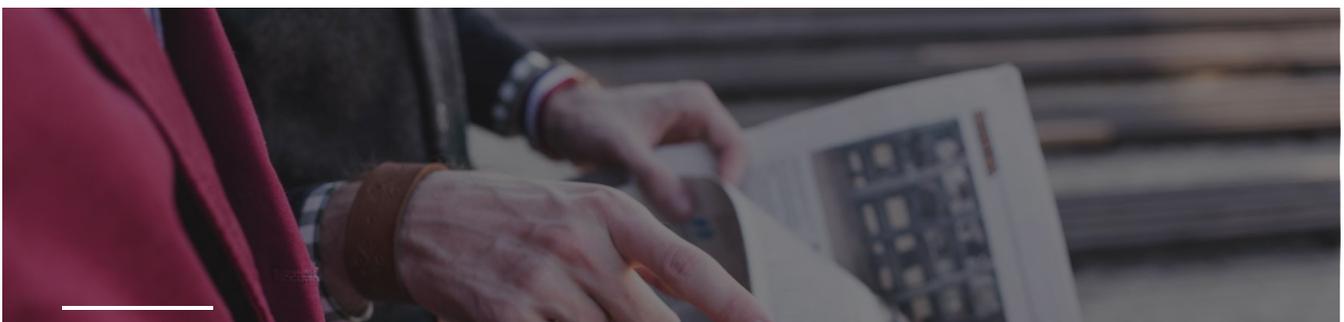
Denke über deine Praxis nach: **War der persönliche Kontakt in der Vergangenheit ein entscheidender Bestandteil des Erfolgs deines Unternehmens? Warum?**

War es für dein Unternehmen möglich, während Covid-19 **einen Teil der "Offline"-Kommunikation durch digitale Kommunikation zu ersetzen?**



Nimm dir etwas Zeit zum Nachdenken.

Es zahlt sich aus.



Teile deine Erfahrungen und diskutiere mit Gleichgesinnten

Wir haben einen Raum für Online-Brainstorming auf [Google Jamboard](#) eröffnet, wo du deine Überlegungen und Erfahrungen teilen kannst. Es ist ein **digitaler Brainstorming-Raum, in dem du deine Ideen durch virtuelle Post-its hinzufügen kannst.**

Die Rolle der Offline-Kommunikation für dein Unternehmen

Hintergrund festlegen Seite löschen

Freigeben

DigiCulTS
Digital Culture for SMEs

War der physische Kontakt und die "Offline-Kommunikation" ein entscheidender Bestandteil des Erfolgs deines Unternehmens? Warum?

Nimm dir ein Post-it aus dem Menü auf der linken Seite!

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Lass uns gemeinsam brainstormen!

Teile deine Gedanken!

Nimm einfach ein Post-it und teile mit, warum und wie dein Unternehmen von der Offline-Kommunikation und dem persönlichen Kontakt mit Kund*innen profitiert. **Wie?**

Öffne den [Jamboard-link](#), **wähle ein Post-it aus dem Menü auf der linken Seite** (siehe Pfeil im Bild oben) und trage dazu bei, indem du deine Antwort auf die Frage teilst.

i Du hast **Google Jamboard noch nicht benutzt**? Es ist ziemlich benutzerfreundlich und intuitiv. Du brauchst dich nicht anzumelden, um es zu benutzen. Wenn du mehr darüber erfahren möchtest, wie man es verwendet, finde hier eine kurzes [YouTube Tutorial](#).



ENGLISCH: Multimodale Kommunikation

Prof. Günther Kress spricht über multimodale Kommunikation und wie man Bedeutung schafft. Die Frage ist: Was ist zu verwenden, um eine bestimmte Bedeutung am besten zu vermitteln?

WEITERLESEN



Was sind die zentralen Erkenntnisse dieses Kapitels?

Zentrale Erkenntnisse

Dieses Kapitel konzentrierte sich auf **die Analyse deines Offline-Geschäftskommunikationsverhaltens** und deiner Gewohnheiten. Sie basieren auf einer...

- mündlichen,
- sowohl geschriebenen als auch

- nonverbalen Kommunikation.

In unseren **Face-to-Face-Kontakten** verlassen wir uns auf Medien und Verhaltensmuster, an die wir gewöhnt sind. Dabei geht es um **unbewusste Prozesse**, den Austausch von **nonverbalen** und **anderen symbolischen Bedeutungen**. Wir machen Gebrauch von stillschweigendem Wissen.

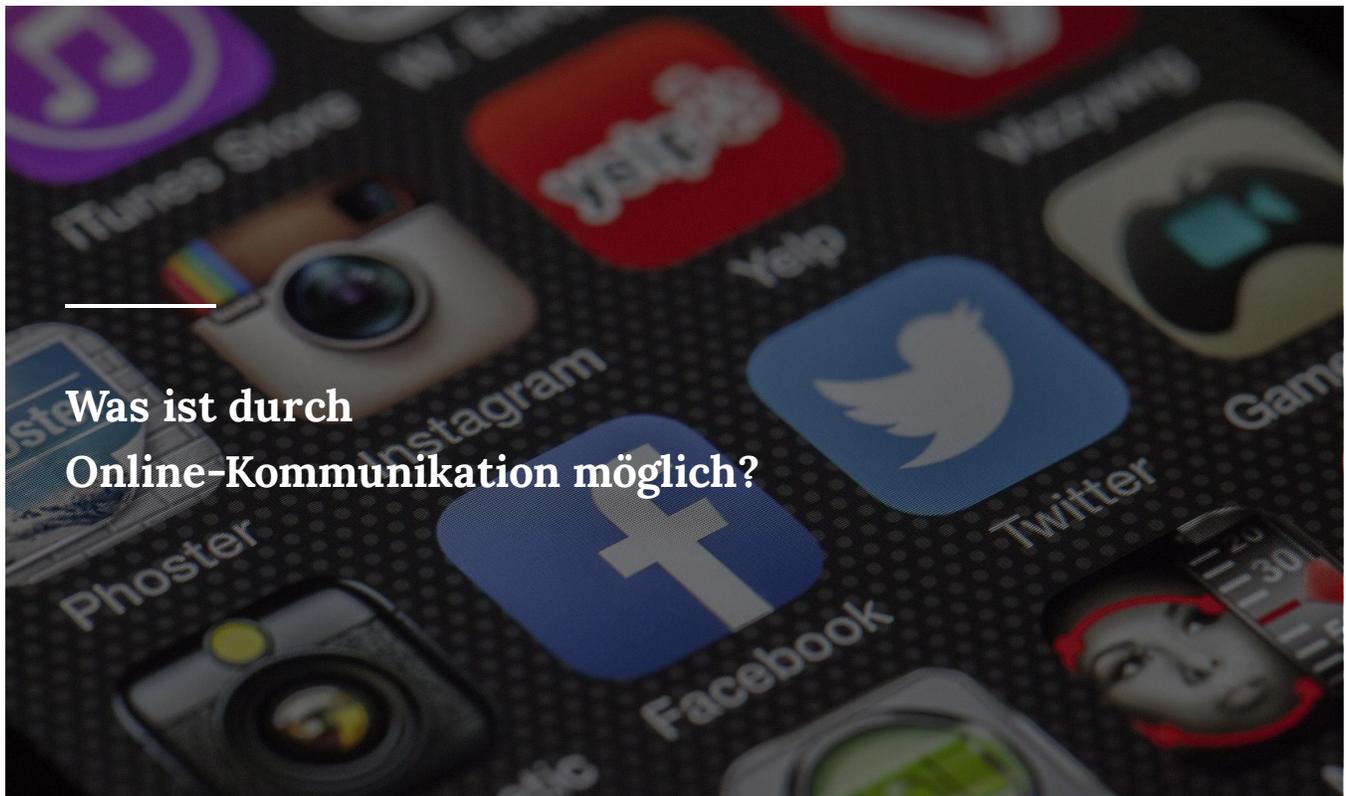
Im nächsten Kapitel werden wir unserer Frage weiter nachgehen:

Kann die Online-Kommunikation den persönlichen Kontakt ersetzen?

Wir werden die **Merkmale der Online-Geschäftskommunikation analysieren und die Merkmale der Offline- und Online-Kommunikation** vergleichen, um Antworten auf unsere Fragen zu finden.

Online-Kommunikation als Ersatz?

4) Online-Kommunikation als Ersatz?



Was ist durch
Online-Kommunikation möglich?

Mit dem **Ausbruch von Covid-19** waren die traditionellen, persönlichen Kommunikationswege mit all ihren Vorteilen für Unternehmen vorübergehend nicht mehr verfügbar. Daher stellen wir uns die folgende Frage:

Kann die Online-Kommunikation den persönlichen Kontakt ersetzen?

Im letzten Kapitel haben wir die Hauptmerkmale **traditioneller**, offline stattfindender Kommunikationswege untersucht. Wir machen Gebrauch von

- **schriftlicher und mündlicher Sprache** sowie
- **nonverbaler Kommunikation.**

Diese Art der Kommunikation stützt sich oft auf vergangene Erfahrungen und gelernte Lektionen, woraus sich [Implizites Wissen](#) ergibt. Lass uns mehr über die Hauptmerkmale der Online-Kommunikation herausfinden, um zu verstehen, ob Online-Kommunikation ein Ersatz für den persönlichen Kontakt sein könnte.



Die Merkmale der Online-Kommunikation

Digitale Medien "...haben das Potenzial, einen ebenso großen Einfluss auf die sozialen, organisatorischen, politischen und relationalen Interaktionen unseres täglichen Lebens zu haben, wie es andere Medien wie das Fernsehen oder das Telefon in der Vergangenheit hatten." ([Walther et al. 2005](#))

Ganz gleich, welche Technologie oder welches Medium wir nutzen, sei es das Telefon, ein Buch, ein Computer oder ein Mobiltelefon, die Inneneinrichtung eines Geschäfts, Gesten usw., die **tiefe Natur**

der menschlichen Kommunikation bleibt unverändert. Technologie kann uns dabei unterstützen, **die menschlichen Bedürfnisse nach Kommunikation zu erfüllen.** Jedes Werkzeug ist das, was die Menschen daraus machen.

([Walther et al. 2005](#))



“Der Mensch ist von Natur aus ein soziales Tier; ein Individuum, das von Natur aus und nicht zufällig unsozial ist, ist entweder unter unserer Aufmerksamkeit oder mehr als ein Mensch. Die Gesellschaft ist etwas, das dem Individuum vorausgeht.”

- Aristoteles, 400 Jahre vor Christus

In der Tat, wie Aristoteles schon 400 Jahre vor Christus feststellte, sind Menschen

kommunikative Wesen und **nicht dafür gemacht, allein zu sein.** Menschen brauchen Kontakte und Begegnungen, um miteinander zu kommunizieren.

Covid-19 ändert nicht die Natur des Menschen, aber es könnte unser Verhalten ändern. Wir haben gelernt, uns anzupassen und neue Medien der Kommunikation zu nutzen. Covid-19 machte es notwendig, neue Kommunikationswege zu verwenden, um die soziale Distanzierung in physischen Räumen zu überwinden. Neue Verhaltensmuster entstehen, neue Bedürfnisse, neue Wünsche tauchen auf ([Puttaiah et al, 2020](#)).



Soziale Distanzierung während Covid-19? Nicht online!



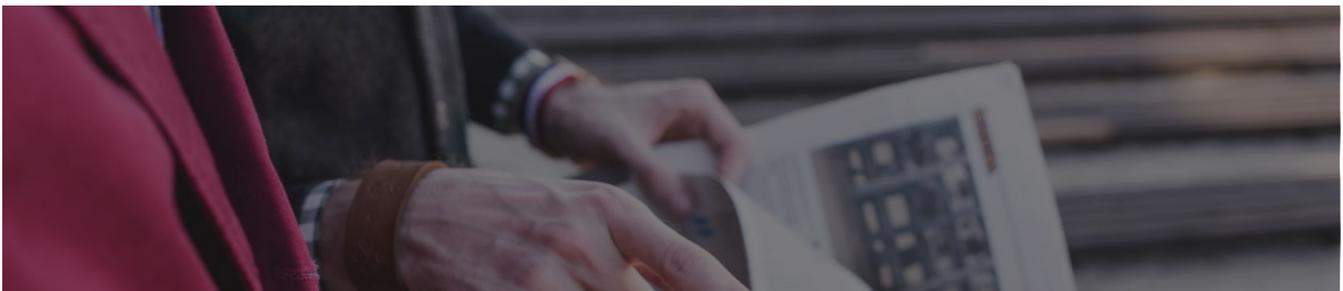
Nimm dir etwas Zeit zum Nachdenken.

Es zahlt sich aus.

Reflektiere deine Praxis

Technologie kann **bestimmte Verhaltensweisen ermöglichen**. Dies zu verstehen, kann auch helfen, unsere Kund*innen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen zu verstehen.

Hast du während Covid-19 **bestimmte Veränderungen** im Interaktions- und Kommunikationsverhalten beobachtet? **Welche?**



Teile deine Erfahrungen und diskutiere sie mit Gleichgesinnten

Wir haben einen Raum für Online-Brainstorming auf [Google Jamboard](#) eröffnet, wo du deine Überlegungen und Erfahrungen teilen kannst. Es ist ein **digitaler Brainstorming-Raum**, in dem du deine Ideen durch **virtuelle Post-its hinzufügen** kannst.

Neues Kommunikationsverhalten während Covid-19

Welche neuen Interaktions- und Kommunikationsverhaltensweisen hast du während Covid-19 beobachtet?

z. B. dein eigenes Verhalten, das Verhalten deiner Freunde, Kund*innen oder Lieferant*innen.

Die digitalen Playstores (z. B. Nintendo eShop) verzeichneten während des Lockdowns enorme Verkaufszahlen.

Veranstaltungen wie Workshops und Symposien wurden auf "Online" umgestellt und im Laufe der Monate immer besser. Genauer gesagt, die Organisation, die Ausstattung und viele andere Bereiche.

Es war das erste Mal, dass ich mobile Anwendungen für Online-Einkäufe nutzte.

Ich habe viel mehr online bestellt

Restaurants haben ihren Weg ins Internet gefunden, einige von ihnen haben sogar eine einfache zu bedienende Website für die Bestellung von Mahlzeiten eingerichtet.

Vielen Menschen wurde bewusst, dass sie lokale Geschäftsinhaber unterstützen sollten. Das habe ich vor allem bei Büchern und Comics festgestellt, wo die Leute das Geschäft um die Ecke kontaktierten und

DigiCulTS
Digital Culture for SMEs

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Lass uns gemeinsam brainstormen!

Teile deine Gedanken!

Nimm einfach ein Post-it und teile uns mit, warum und wie dein Unternehmen von der Offline-Kommunikation und dem persönlichen Kontakt mit Kund*innen profitiert. **Wie?**

Öffne den [Jamboard-link](#), nimm ein Post-it aus dem Menü auf der linken Seite (siehe Pfeil im Bild oben) und teile deine Antwort auf die Frage.

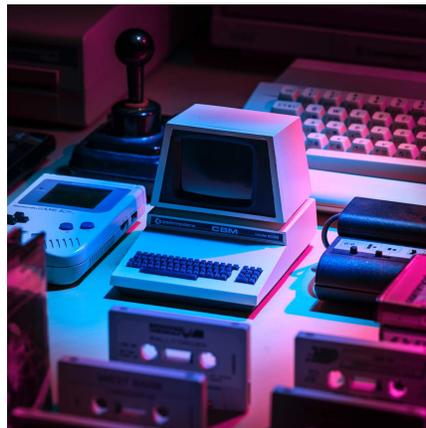
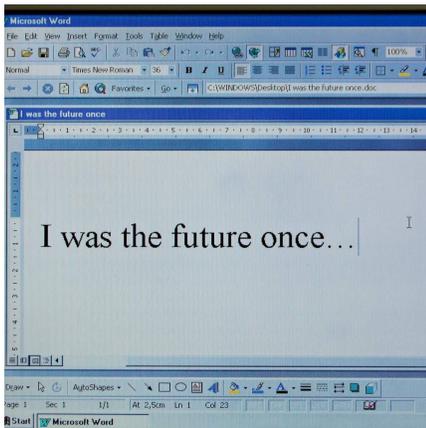
i Du hast Google Jamboard noch nicht benutzt? Es ist ziemlich benutzerfreundlich und intuitiv. Du brauchst dich nicht anzumelden, um es zu benutzen. Wenn du mehr darüber erfahren möchtest, wie man es verwendet, finde hier eine kurzes [YouTube Tutorial](#).

Die Möglichkeiten der Datenverarbeitung & das Internet haben sich verändert.



In den **Anfangszeiten des Internets** gab es ein Primat der **textbasierten Kommunikation**. Der Austausch von **nonverbalen** und anderen **symbolischen Bedeutungen** war **nicht möglich** und führte zu **verminderten kommunikativen Erfahrungen**.

Diese wichtigen Elemente **der Kommunikation** konnten nicht durch nur textbasierte Kommunikation ausgetauscht werden: Sie wurden herausgefiltert und etwas ging in unserer Kommunikation verloren.



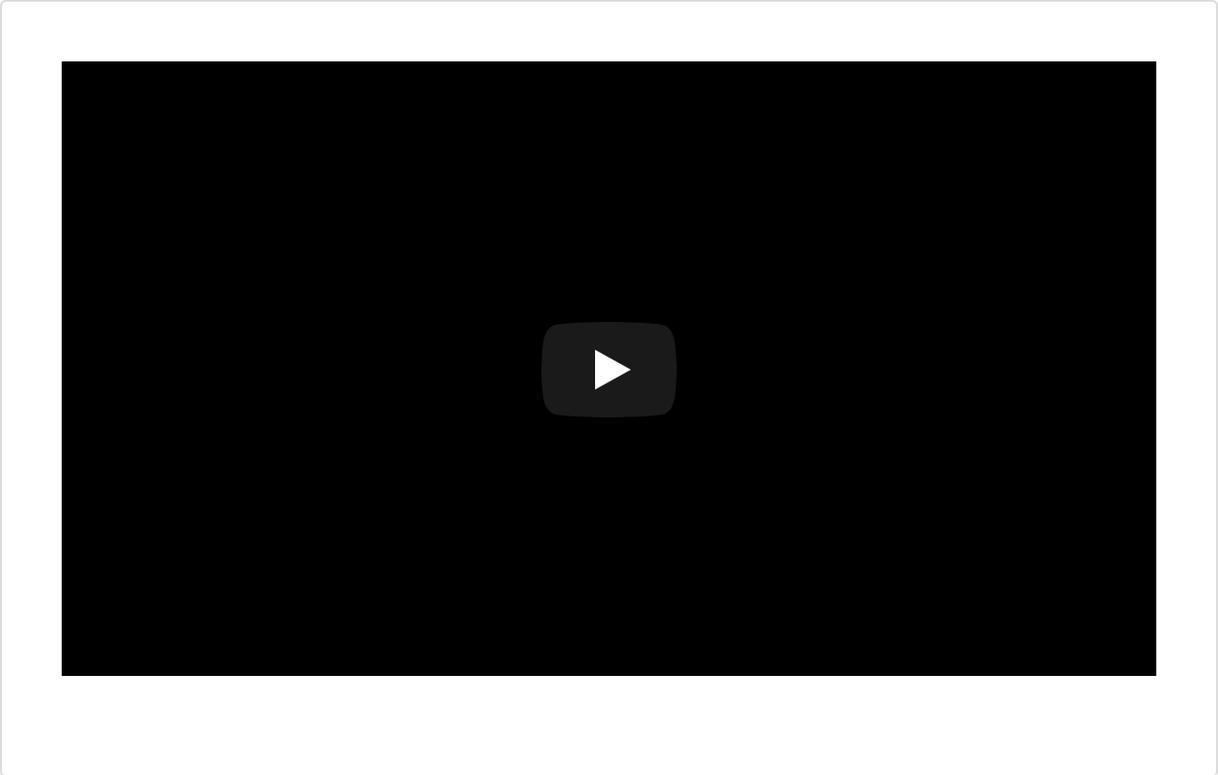
Was war einmal die Zukunft? Was ist die Zukunft jetzt?

High-End-Technik aus verschiedenen Zeiten.

In den Anfangszeiten der Computertechnik dominierte die textbasierte Kommunikation.

In den Anfangszeiten des Internets war die Online-Kommunikation nicht geeignet, die Face-to-Face-Kommunikation zu ersetzen. Wichtige nicht-sprachliche Elemente der Kommunikation konnten nicht vermittelt werden.

Weißt du noch, wie das Internet entstand? Hier zur Erinnerung: Eine kurze Geschichte des Internets:



Als die Technologie im Laufe der Jahre mit dem [Internet of Things](#), Smart-Phones, and [artificial intelligence](#), Erfahrungen, die aus digital- oder analog-vermittelten Interaktionen stammen, nähern sich digitale und Face-to-Face-Kommunikation mehr und mehr an.

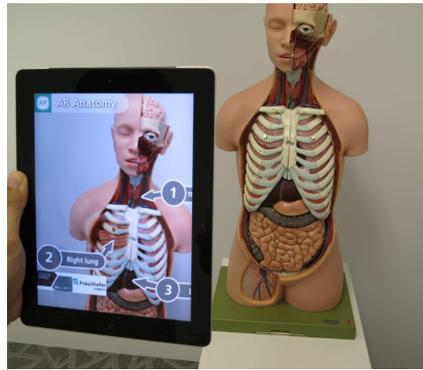
Es gibt keine klare Abgrenzung mehr zwischen digital und nicht-digital vermittelter Kommunikation ([Carr, 2020](#)). Gute Beispiele sind [QR-codes](#), [augmented reality](#) oder [wearables](#).

Mit dem Fortschreiten der Technologie können **immer mehr auch soziale und emotionale Hinweise online kommuniziert werden.**





QR-Codes sind ein nützliches Werkzeug in der Covid-19-Pandemie. In Österreich basiert der grüne Pass auf QR-Codes. [Erfahre mehr.](#)



Augmented Reality bietet zusätzliche Informationen für den Benutzer, ein Add-on zur Realität. Du möchtest wissen, was der Unterschied zwischen Augmented und Virtual Reality ist? [Erfahre mehr.](#)

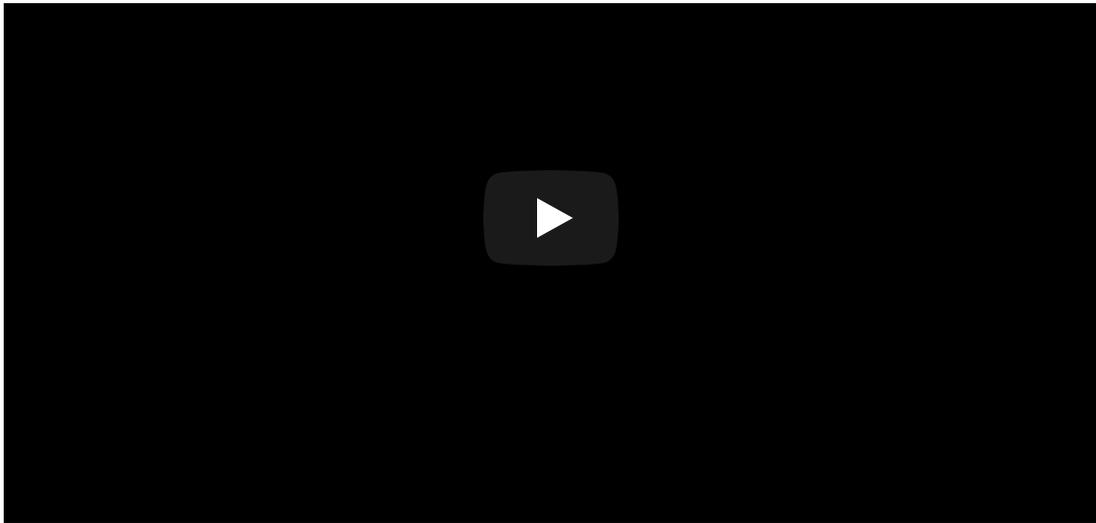


Nutzt du bereits Wearables? Sie haben gewisse Vor- und Nachteile. [Erfahre mehr.](#)

Das Internet und alle damit verbundenen technischen Geräte und Technologien existieren, weil **wir als Menschen das Bedürfnis haben zu kommunizieren**. Man könnte sogar argumentieren, dass das Internet ein **natürlicher evolutionärer Schritt und eine Manifestation unseres Bedürfnisses nach Kommunikation** ist. Für weiterführende Informationen, schau dir das [explainer video](#) "Wer hat das Internet erfunden? Und warum?" an.

i **Du willst dir dieses Video mit deutschen Untertitel ansehen?** Starte das Video und öffne in der unteren **Menüleiste "Einstellungen"** (das Zahnrad), klicke auf **"Untertitel"**: es erscheint "Englisch (automatisch erzeugt)", klicke weiter auf den Pfeil > und du siehst die Option **"Automatisch übersetzen"**. Mit einem weiteren Klick öffnen sich hier alle verfügbaren Sprachen.





Nachdem wir nun mehr über Online-Kommunikation wissen, sind wir bereit, unsere Ausgangsfrage zu beantworten:

Kann die Online-Kommunikation den persönlichen Kontakt ersetzen?

Bestimmte Qualitäten der Face-to-Face-Kommunikation sind online nur schwer zu imitieren - das ist sicher. **Abhängig von der Branche**, in der Ihr KMU tätig ist, **kann es schwierig sein**, Online-Kommunikation als direkten Ersatz für den persönlichen Kontakt oder Service zu nutzen.

Dennoch hat die **Online-Kommunikation großes Potenzial für die digitale Transformation** deines Unternehmens.

Schauen wir uns diese **kurze Übersicht an, um die Eigenschaften von Face-to-Face- und Offline-Kommunikation** zu vergleichen, die wir in diesem Modul analysiert haben:

Dimensionen	Kommunikation von Angesicht zu Angesicht	Online-Kommunikation
<p>Verfügbare Kommunikationsformen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • geschriebene, • mündliche und • nonverbale Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> • schriftliche, mündliche und nonverbale Kommunikation möglich, abhängig von verwendeten Technologien • manchmal verringerte soziale Hinweise durch Online-Kommunikation
<p>Fertigkeiten & Kompetenzen für Kommunikationsprozesse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • basierend auf meist stillschweigendem Wissen • basierend auf vergangenen Erfahrungen 	<ul style="list-style-type: none"> • erforderliche digitale Kompetenzen • erforderliche Fertigkeiten für soziale Online-Kommunikation

Dimensionen	Kommunikation von Angesicht zu Angesicht	Online-Kommunikation
Kommunikationsverhalten und -gewohnheiten	<ul style="list-style-type: none"> • eine Reihe von bekanntem Möglichkeiten und Mustern • mehr und mehr von digitaler Technik beeinflusst 	<ul style="list-style-type: none"> • ständig entwickelnd und verändernd • beeinflusst durch Technologie

Alles in allem sprechen wir von **unterschiedlichen Arten der Kommunikation**. In der Online-Welt nutzen wir **andere Kommunikationsmedien** als in der physischen Welt. Bei der Online-Kommunikation können wir uns oft nicht auf das stillschweigende Wissen verlassen, das wir normalerweise in der Face-to-Face-Kommunikation nutzen.

Es braucht **neue Fähigkeiten und eine Kultur der digitalen Kommunikation**, um alle neuen Möglichkeiten der Online-Kommunikation zu nutzen. Digitale Technologien bieten **neue Möglichkeiten der Kommunikation**. Sie prägen ständig unsere Verhaltensmuster, Gewohnheiten, Werte und Gedanken. ([McLuhan, 1964](#))





Diese neuen Technologien bestimmen unsere Zukunft

Wir leben in einer Phase des technologischen Umbruchs: Innerhalb weniger Jahre haben der Computer und das Internet unsere Lebens- und Arbeitsrealität völlig umgekrempelt. Erfahren Sie hier, welche der neuen Technologien wirklich wichtig sind und warum sie unseren Alltag in Zukunft prägen werden.

[WEITERLESEN](#)

Das Netz - Eine kurze Geschichte des Internets

Das folgende Erklärvideo von "eyecatcher Medienproduktion GmbH" geht der Frage nach, warum das Internet erfunden wurde und wer es erfunden hat.

[ZUM VIDEO](#)



Was sind die zentralen Erkenntnisse dieses Kapitels?

Zentrale Erkenntnisse

In diesem Kapitel haben wir **die folgenden Hauptaspekte der Online-Kommunikation** kennengelernt:

- Der Mensch ist ein **kommunizierendes und sinnstiftendes Lebewesen**. Das Internet und alle damit verbundenen technischen Geräte und Technologien existieren, weil wir als menschliche Wesen kommunizieren müssen.
- Technologie kann **bestimmte Verhaltensweisen ermöglichen**. Dies zu verstehen, kann auch helfen, unsere Kund*innen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen zu verstehen.
- Es mag schwierig sein, die Online-Kommunikation als Ersatz für den persönlichen Kontakt in allen Branchen zu nutzen, dennoch hat sie ein **großes Potenzial für die digitale Transformation und die Entwicklung des Geschäftsmodells von KMU**.

Digitale Medien bieten neue Möglichkeiten der Kommunikation. Es gibt viele Möglichkeiten, online zu kommunizieren, mehr als du dir im Moment vielleicht vorstellen kannst. Das Verständnis für die Möglichkeiten der Online-Kommunikation kann die digitale Transformation und **die Geschäftsentwicklung deines Unternehmens fördern** ([Matarazzo et al, 2021](#)).

Im nächsten Kapitel geben wir dir einige Einblicke in die Möglichkeiten der Online-Kommunikation für dein KMU: Wir zeigen dir **4 Tipps für Online-Geschäftskommunikationsstrategien**, um Innovationen und die **digitale Transformation** deines Unternehmens zu fördern.

Fördere Innovation und digitale Transformation in deinem KMU

5) Fördere Innovation und digitale Transformation in deinem KMU



Online-Kommunikation:
Ein Treiber für die digitale Transformation.

Wie wir aus den letzten beiden Kapiteln wissen, geht es bei der digitalen Transformation nicht nur um technologische Veränderungen.

Die digitale Transformation basiert auf **innovativen, kundenzentrierten Geschäftsmodellen**, die alle digitalisierten Daten und digitalisierten Prozesse integrieren. Es geht darum, **die Beziehung zu den Kund*innen zu transformieren und kontinuierlich Kundennutzen zu schaffen** ([Goerzig & Bauernhansl, 2018](#)).

Daher basiert die digitale Transformation auf einem intensiven **Co-Creation-Prozess** mit den Kund*innen, um die **Wünsche der Verbraucher*innen** und **zukünftige Trends für einen höheren Produkterfolg** besser zu verstehen.

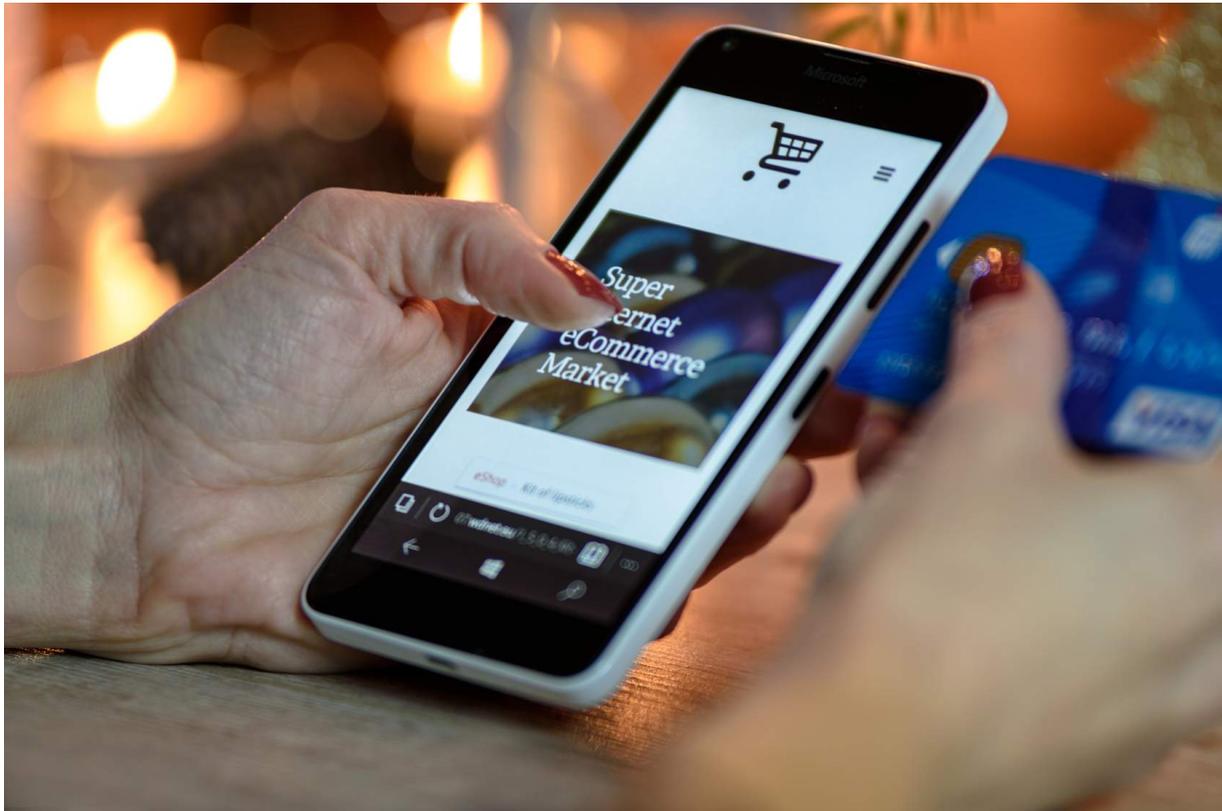
Wir geben dir **4 Tipps**, wie du eine Online-Kommunikationsstrategie entwickeln kannst, um Innovation und digitale Transformation in deinem kleinen oder mittelständischen Unternehmen zu fördern.

4 Tipps für deine Online Business-Kommunikationsstrategie

1) Schaffe Kundennutzen durch digitale Transformation

"Die digitale Transformation kann die Wertschöpfung für den Kunden durch den Einsatz verschiedener digitaler Technologien erleichtern, die alle Phasen der Customer Journey unterstützen." ([Matarazzo et al., 2021](#))

Studien ([Matarazzo et al., 2021](#)) haben festgestellt, dass **digitale Technologien** geeignet sind, die **Kundenbeziehungen** über **verschiedene Kommunikationskanäle** und **Touchpoints der Consumer Journey** zu stärken.



"Die Customer Journey ist die Gesamtheit der Erfahrungen, die Kunden bei der Interaktion mit Ihrem Unternehmen und Ihrer Marke durchlaufen." ([Sorman](#))

Technologie nutzen, um deine Kund*innen zu verstehen und Innovation und digitale Transformation zu fördern

Dies ermöglicht es dir, die Wünsche, Bedürfnisse und Schmerzpunkte der Kund*innen auf deren [customer journey](#) wahrzunehmen. Sie hilft dir, **neue Dienstleistungen und Produkte** auf der Grundlage ihrer Antworten und Rückmeldungen zu entwickeln. "Anstatt nur einen Teil einer Transaktion oder eines Erlebnisses zu betrachten, **dokumentiert die Customer Journey die gesamte Erfahrung, ein Kunde zu sein.**" ([Sorman](#))

2) Spüre die Wünsche, Gefühle und Bedürfnisse deiner Kund*innen

"Sensing kann den Beginn der digitalen Transformation unterstützen und die Wertschöpfung für den Kunden ermöglichen." ([Matarazzo et al., 2021](#))

Die Nutzung verschiedener Arten von Technologien, insbesondere sozialer Netzwerke, ermöglicht es Unternehmen, **direkte und emotionale Beziehungen** zu Kund*innen aufzubauen. Diese Beziehungen liefern reichhaltige Informationen für das Verständnis des Unternehmens für die **Wünsche, Gefühle und Bedürfnisse der Verbraucher*innen**. Es ermöglicht, **die Wahrnehmungsfähigkeiten des Unternehmens in tiefer Verbindung** mit den Kund*innen zu verfeinern.



Was sind die Bedürfnisse, Wünsche und Sehnsüchte deiner Kund*innen? Online-Kommunikation, Interaktionen und das Sammeln von Daten während aller Phasen der Customer Journey liefern wertvolle Erkenntnisse.

Ein "virtueller Kreis" der Erfassung

"Nach [Sashi \(2012\)](#), setzen Unternehmen durch digitale Technologien einen virtuellen Kreislauf in Gang, der von der Kundeninteraktion über die Kundenzufriedenheit und -bindung bis hin zur Kundenbindung reicht." ([Matarazzo et al., 2021](#))

Während dieses Prozesses **verbessern Unternehmen Schritt für Schritt ihre Wahrnehmungsmöglichkeiten** und können alle Dimensionen des Kundenerlebnisses verbessern.

Aber wie spürt man die Bedürfnisse, Sehnsüchte und Wünsche der Kund*innen?

Die nächsten beiden Tipps geben einige Einblicke.

3) Vor- und Nachkaufphase: Soziale Medien nutzen

Apps und soziale Medien können die Wertschöpfung der Kund*innen sowohl in der Vor- als auch in der Nachkaufphase verbessern. Unterhaltung ist in beiden Phasen ein entscheidender Faktor. In der **Pre-Phase** ist die **Informativität** ein zusätzlicher Faktor, während in der **Post-Purchase-Phase** die **soziale Dimension** wichtig ist:

- **Vor-Kauf-Phase:** Soziale Medien können genutzt werden, um das Informationsbedürfnis der Konsument*innen zu befriedigen und um Markenbewusstsein zu entwickeln.
- **Nach-Kauf-Phase:** Positive Gefühle nach dem Kauf führen zu Brand Advocacy. Kund*innen interagieren mit anderen in sozialen Netzwerken, um ihre positiven Erfahrungen mit deinem Produkt oder deiner Dienstleistung zu teilen. Kund*innen sind Mitschöpfer von Werten. ([Matarazzo et al., 2021](#))

Eine Kommunikationsstrategie, die **Interaktion, Partizipation und Zusammenarbeit** mit Kund*innen fördert, trägt zur **Entwicklung neuer (digitaler) Dienste und Produkte** bei.



Entwickle **digitale Inhalte**, die auf deine Zielgruppe zugeschnitten sind. Finde heraus, welches deiner Postings online die höchste Kundenreichweite erzielt. Schritt für Schritt findest du mehr über die Bedürfnisse, Interessen und Wünsche deiner Kund*innen heraus.

Online-Sozialisierung.

Was sind "soziale Medien"? Unter sozialen Medien verstehen wir soziale Netzwerke, Blogging, das Engagement von Influencern in der Werbung für die Marke (Affiliate Marketing), bezahlte Werbung und die Erstellung von digitalen Inhalten für soziale Medien (Videos, Bilder, Podcasts usw.).

Die Erstellung digitaler Inhalte für soziale Medien muss agil sein und auf Interaktionen mit deiner Zielgruppe basieren. Was findet diese interessant? Ein Blick auf die Nutzerstatistiken deines Social-Media-Accounts gibt wertvolle Einblicke.

Welche Informationsquellen nutzt du, um digitale Inhalte für die sozialen Medien deines Unternehmens zu entwickeln?

Der Inhalt basiert auf Nachrichten, die wir mit unseren Kund*innen teilen wollen.

Der Inhalt basiert auf Antworten auf Fragen oder Reaktionen von Kund*innen oder potenziellen Kund*innen.

Die Inhalte orientieren sich an aktuellen Trends und Diskussionsthemen rund um unsere Produkte und Dienstleistungen.

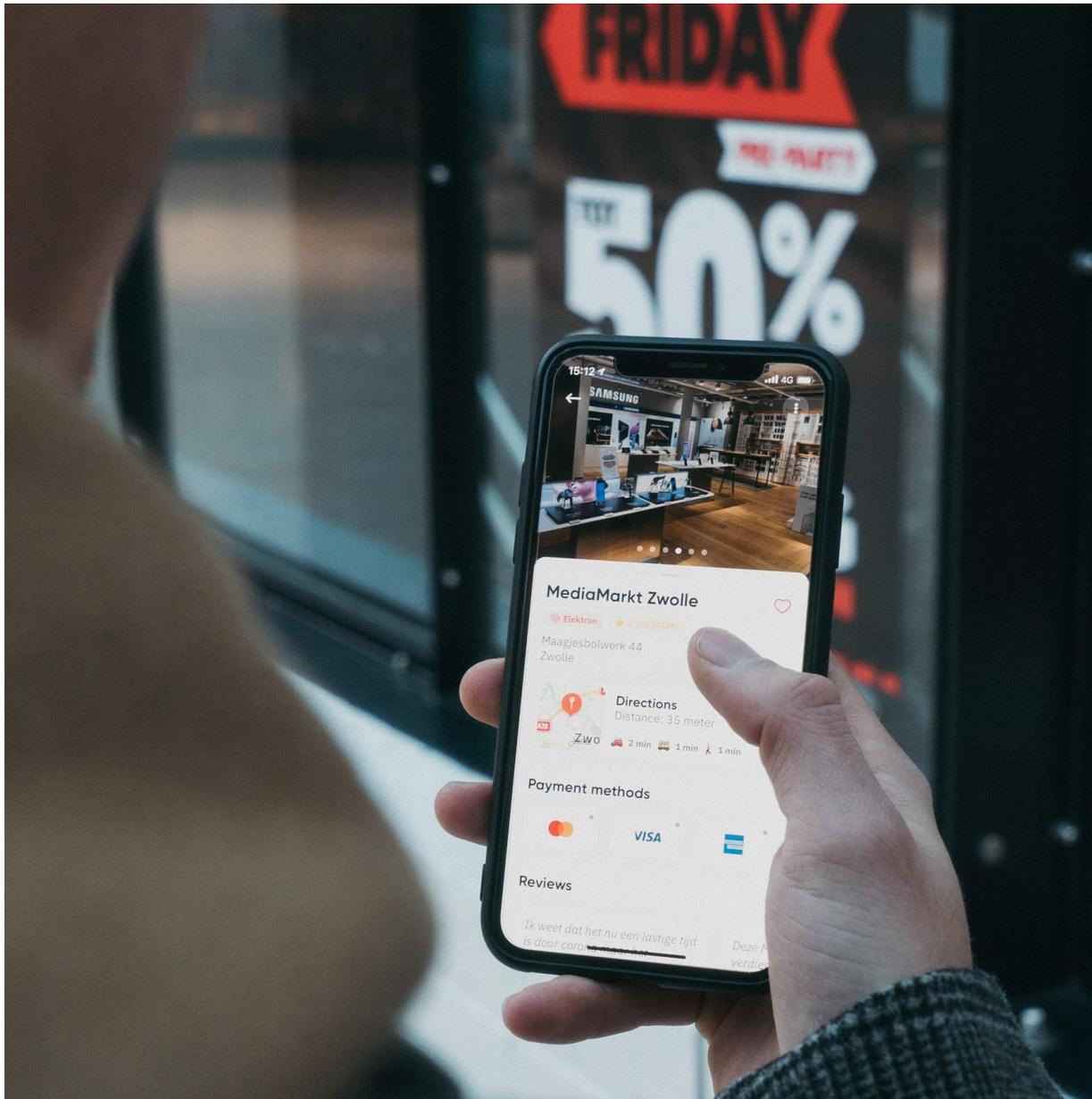
Der Inhalt basiert auf Daten, die in deinen sozialen Medien und Website-Analysen abgerufen werden.

SUBMIT

4) Kaufphase: Nutze eine Omnichannel-Strategie

"Die Omnichannel-Strategie kann die Wertschöpfung für den Kunden während der Kaufphase verbessern, indem sie den Informationsgehalt, die Unterhaltung und die sensorischen Reize erhöht." (Matarazzo et al., 2021)

Ein Omnichannel bietet den Kund*innen ein **integriertes Kundenerlebnis**. Die Verbraucher*innen könnten von einem Desktop, auf einem Mobiltelefon, per Telefon oder direkt persönlich in einem Geschäft einkaufen. Diese Einkaufserlebnisse wären nahtlos und miteinander verbunden. **Damit unterscheidet sich eine Omnichannel-Strategie von einer Multi-Channel-Strategie**, bei der die verschiedenen Kanäle nicht miteinander verbunden sind. Sie existieren zwar nebeneinander, aber sie sind nicht integriert.



Verbindung von Online- und Offline-Kommunikation und -Interaktionen für ein reibungsloses, integriertes Kundenerlebnis.

Koordiniere alle Kanäle, schaffe ein reibungsloses Kundenerlebnis

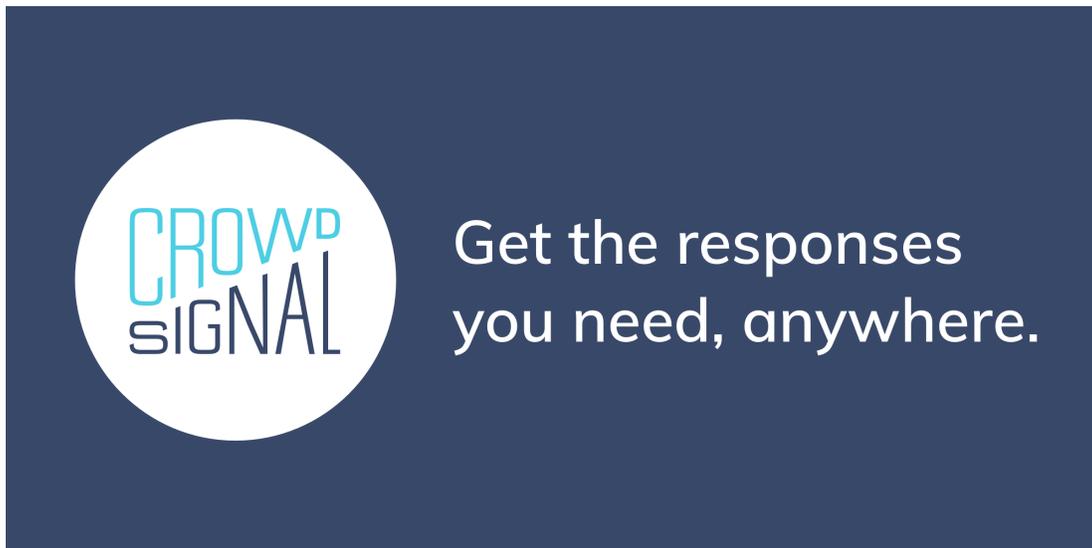
"Koordinationsfähigkeiten sind wichtig für die Integration verschiedener Vertriebs- (E-Commerce) und Kommunikationskanäle (Website und Social Media), die einer Omnichannel-Logik folgen.

Um das Käuferlebnis zu verbessern, Informationen hinzuzufügen und **Interaktionen und Gespräche zwischen Verbrauchern und Unternehmen in jeder Phase der Consumer Journey zu stimulieren**, ist eine **starke Integration** und Koordination der verschiedenen Aktivitäten erforderlich." ([Matarazzo et al., 2021](#))

Welche Online-Kommunikations- und Interaktionskanäle nutzt du derzeit in deinem Unternehmen?

Lass es uns wissen und nimm an der anonymen Umfrage unten teil. Außerdem erhältst du in den Umfrageergebnissen einen Einblick, was andere Unternehmen verwenden. Verpass es nicht!

 POLL



Which online communication and interaction channels do you currently use?

Poll Answers: Website, Onlineshop, Mobile App, Facebook, LinkedIn, Instagram, Tiktok, Youtube,

WEITERE INFORMATIONEN POLL >



Weitere Lektüre und Ressourcen

ENGLISCH: Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective

In der Studie von Matarazzo et al. (2020) wird detailliert beschrieben, wie die digitale Transformation und die Schaffung von Kundenwert für KMU zusammenhängen.

WEITERLESEN

9 Elemente der digitalen Transformation, die die Digitalisierung leiten

In Zeiten sich schnell entwickelnder Technologien müssen Unternehmen ihre Aktivitäten an den sich ändernden Trends und Innovationen ausrichten.

WEITERLESEN

ENGLISCH: A Step-by-Step Guide To Digital Transformation

Niall McKeown hat einen umfassenden Leitfaden zur digitalen Transformation veröffentlicht, in dem er Schritt für Schritt vorgeht.

WEITERLESEN



Was sind die zentralen Erkenntnisse dieses Kapitels?

Zentrale Erkenntnisse

Das fünfte Kapitel widmet sich der Frage, wie du deine Online-Geschäftskommunikationsstrategie fit für die digitale Transformation machen kannst. Es werden 4 Tipps vorgestellt:

- **Schaffe Kundennutzen** durch digitale Transformation

- Spüre die **Wünsche, Gefühle und Bedürfnisse deiner Kund*innen** auf
- **Vor- und Nachkaufphase:** Soziale Medien nutzen
- **Kaufphase:** Nutze eine Omnichannel-Strategie

Wir hoffen, dass dir der Kurs "Digitale Transformation in deinem Betrieb fördern" gefallen hat!

Wir würden uns über dein Feedback in unserem [Feedback-Padlet](#) freuen! Vielen Dank!



Mein Name ist [Wolfgang Schäffner](#) und ich bin geschäftsführender Gesellschafter des [Studien und Management Centers Saalfelden](#). Ich freue mich, dass du den DigiCulTS Kurs

besucht hast und hoffe, dass du den einen oder anderen Tipp in **die Praxis mitnehmen kannst**.

Kontaktinformation

Dieser Kurs vom [Studien und Management Center Saalfelden](#) hat den Kurs übersetzt und für den österreichischen Kontext adaptiert. DigiCulTS wird vom [ErasmusPlus](#) Programm der Europäischen Union gefördert. Wir freuen uns, sich mit dir über die Kursthemen weiter zu unterhalten.

Du findest uns auf:

- Facebook: <https://www.facebook.com/Studienzentrum/>
- Instagram: https://www.instagram.com/studienzentrum_saalfelden/
- Webseite: <https://studienzentrum.at/>