

Martina Schradi

Die Neunte Kunst im Unternehmen. Comics, Cartoons und Illustrationen als Visualisierungstools für die interne Unternehmenskommunikation.

Arbeitsprozesse in Unternehmen sind in hohem Maße von der Qualität der internen Unternehmenskommunikation abhängig. Diese steht heute vor mehreren Herausforderungen: Informationsüberflutung, Zeit- und Ressourcenknappheit und Heterogenität der Zielgruppe sind nur einige Beispiele dafür. Der Einsatz spezifischer Instrumente kann solchen Schwierigkeiten entgegenwirken und die Kommunikation im Unternehmen erheblich verbessern. Ein solches Instrument ist die Informationsvisualisierung.

Empirische Belege zur Wirkung von Bildern sind in der kognitiven Psychologie, in der Pädagogik und in der Marketingforschung zu finden. Demnach können Bilder die Aufmerksamkeit auf sich lenken, die Wahrnehmung steuern und die Motivation der Rezipienten erhöhen, sich den Informationen zu widmen. Sie können positive Emotionen und Stimmungen auslösen und eine Einstellungsänderung zugunsten der Information bewirken. Bilder können auch komplexere kognitive Prozesse erleichtern, wie z.B. das Einordnen, Verstehen, Bewerten und Erinnern von Informationen.

Wie Informationen dargestellt werden müssen, damit sie Transfer und Verarbeitung von Informationen verbessern, wird z.B. im Corporate Design, im Informationsdesign und im Wissensmanagement, hier besonders im Storytelling-Ansatz und im so genannten Knowledge Visualization Framework, untersucht. Dort wurden auch Empfehlungen ausgearbeitet, wann welches Visualisierungstool einzusetzen ist. Leider beschränkt sich der Einsatz von Visualisierungen für die Unternehmenskommunikation meist auf die gängigsten Methoden wie z.B. Tabellen, Diagramme oder Karten. Innovative und ungewöhnliche Methoden, wie z.B. Comics, Cartoons und Illustrationen, werden kaum eingesetzt.

In dieser Arbeit werden deshalb Comics, Cartoons und Illustrationen in den beschriebenen theoretischen Hintergrund eingebettet. Dabei werden die wichtigsten Merkmale von Comics, Cartoons und Illustrationen geschildert. Desweiteren werden die vielfältigen Vorteile dieser Kunstformen als Visualisierungstools hervorgehoben: z.B. der Einsatz von Humor, die Text-Bild-Kombinationen oder die gestalterischen und erzählerischen Mittel, welche Identifikation und Motivation der Leserschaft gegenüber dem Inhalt verstärken können. Zwei Fallbeispiele aus der Praxis (von den Firmen reflect AG und Root Learning Inc.) werden analysiert.

Im praktischen Teil der Arbeit wird die Umsetzung dieser Ideen in Form eines Unternehmenscomics dargestellt. Hierfür wurden für die Stabsstelle Projekte & Prozesse des Regionalen RechenZentrums Erlangen Regel zur Zusammenarbeit im Team als Comics visualisiert und in einer Flash-Applikation umgesetzt.

Schlüsselwörter:

Unternehmenskommunikation, Informationsvisualisierung, Informationsdesign, Wissensmanagement, Unternehmenscomics, visuelles Storytelling

Copyright: Martina Schradi

