

## Wie geht „Social“? – Ein Erfahrungsbericht

Beitrag von Dr. Kristin Engelhardt/Geschäftsführerin engelhardt kommunikation gmbh

**Die Einführung des Social Intranet bei der Allianz Gruppe war Thema des Round Tables Interne Kommunikation am 8. November 2017.**

Vorneweg: Für die MitarbeiterInnen der Allianz Gruppe ist das Intranet wesentliches Arbeitsinstrument. Beim Starten des PCs (über den alle 3.800 MitarbeiterInnen in Österreich verfügen), erfolgt automatisch der Einstieg ins Intranet. Über diesen Weg gelangt man zu allen für die Arbeit notwendigen Daten und Systemen, auch der Zugriff auf das persönliche Mail-Konto erfolgt über das Intranet.

Mit dem Entschluss, das bisherige statische Intranet durch ein Social Intranet abzulösen, entschied sich die Allianz Gruppe für einen sehr tiefgreifenden Wechsel in der Arbeitswelt aller ihrer MitarbeiterInnen (weltweit rund 150.000 in mehr als 70 Ländern). Die Österreich-Tochter – als jahrzehntelang erprobte IT-Vorreiterin des Konzerns – übernahm die Aufgabe, als eine der ersten Landesgesellschaften das Social Intranet einzuführen. Derzeit sind 14 Gesellschaften damit ausgestattet.

Im April 2017 war GoLive – nach einer nur ein Jahr währenden Vorlaufzeit. Ab nun sollen nach und nach auch die anderen Gesellschaften der globalen Allianz Gruppe das neue Social Intranet einführen. In wesentlich erleichterter Form dank der Erfahrungswerte aus Österreich.

Das Tool beruht auf einer weltweit einheitlichen Technologie und wird auch zentral betreut und gewartet. Jede Gesellschaft entwickelt auf dieser Basis eine unternehmens- oder länderspezifische Variante. Das hat den Vorteil, dass man Erscheinungsbild und Inhalte an die jeweilige regionale Dialoggruppe anpassen kann. Ein cooler Nebeneffekt: Von Österreich aus kann man auch in andere Intranets, etwa jenes aus Australien oder Großbritannien, einsteigen. Mit einer ausgeklügelten Suchfunktion kann das eigene oder das weltweite Intranet durchsucht werden.

### **Keine Erfolge ohne Hürden**

Josef Glatzl/Leiter Interne Kommunikation der Allianz Gruppe in Österreich nannte in seinem Referat vier wesentliche Anfangshürden: Neben dem Intranet-Projekt liefen 13 andere Digitalisierungsprojekte im Unternehmen, das Projektteam musste auf die Bedürfnisse vieler Partner Rücksicht nehmen

(denn die Allianz Gruppe ist mit Landesdirektionen usw. dezentral organisiert), der Zugang zum Thema Digitalisierung war bei den MitarbeiterInnen äußerst unterschiedlich, und für jeden PC, auf dem künftig das neue Intranet abgerufen werden sollte, musste ein spezielles Sicherheitszertifikat vergeben werden.

Eine Vielzahl von Kommunikationsmaßnahmen sollte helfen, allfällige Berührungängste zu überwinden: Im Vorfeld gab es einen weltweiten Ideenwettbewerb zur Namensfindung. Nach eineinhalb Monaten stand fest: „Connect“ sollte das neue Intranet heißen. Außerdem gab es Führungskräfte-Informationen im Rahmen von Events bereits in einer sehr frühen Phase des Projekts (Juli 2016). Zur Organisation des Datentransfers aus dem alten in das neue Intranet (mitsamt Aktionen zum Ausmisten alter Datenbestände) wurden je Abteilung/Ressort „Content-Owner“ bestimmt und eine Fülle von Workshops für diese abgehalten.

Anfang 2017 wurden Pilot-User aus allen Bereichen (etwa zehn Prozent der gesamten Belegschaft) ausgewählt, die als erste das neue Intranet erproben sollten. Unterstützt von Workshops. Danach gab es – vor der tatsächlichen Einführung von „Connect“ – umfangreiche Schulungen; vor allem für die als Multiplikatoren in Ressorts und Landesdirektionen nominierten MitarbeiterInnen.

Natürlich wurden laufend Berichte zum neuen Intranet in der viermal jährlich erscheinenden Mitarbeiterzeitschrift (Auflage: 7.000 Exemplare) publiziert, Plakate affiziert und Informationsmails versandt. Auch mehrere Videos wurden produziert und über das Unternehmensfernsehen „Allianz Backstage“ intern veröffentlicht.

### **Dornröschen-Kuss in Etappen**

Schließlich folgten Maßnahmen, „mit denen wir ‚Connect‘ zum Leben erweckt haben“ – so Josef Glatzl. Da ging es zuerst darum, die MitarbeiterInnen dafür zu gewinnen, ihre eigenen Profile (mit Avatar) mit ergänzenden Fotos, Lebensdaten und Angaben zu ihren Erfahrungen zu befüllen (zusätzlich zu den aus dem System generierten Daten). Ein Gewinnspiel, bei dem Tickets für Fußballmatches im Allianz Stadion zu gewinnen waren, half dabei.

Außerdem wurde ein Blog des gerade erst neu angetretenen CEO eingeführt. Darüber hinaus wurden die MitarbeiterInnen durch zahlreiche Aktivitäten zum spielerischen Nutzen von „Connect“ animiert. Im Rahmen des weltumspannenden „Allianz World Runs“ wurde zum Beispiel dazu aufgerufen Fotos von Trainingsläufen zu posten. Als Belohnung winkte dafür ein eigens

designtes Lauf-Shirt, mit dem man sich gleich als „World Runner“ aus „Austria“ zu erkennen geben konnte.

Als Trumpf erwies sich schließlich die Einführung des „Allianz Awards“: Alle MitarbeiterInnen wurden aufgerufen, KollegInnen zu nennen, deren Leistungen sie hervorhebenswert fanden. Die MitarbeiterInnen mit den meisten Nennungen wurden mit Storys im Intranet vorgestellt und danach eine Abstimmung unter allen MitarbeiterInnen veranstaltet. Mithilfe des Intranets, versteht sich. Die drei Sieger erhielten im Rahmen einer Feier Trophäen. Wer nicht dabei war, konnte einen Filmbericht des Events im Intranet sehen. Rund 1.700 Stimmen wurden abgegeben, und zum Höhepunkt der Voting-Phase waren unter den weltweiten Top 10 fünf Intranet-Beiträge aus Österreich.



8. November 2017: PRVA-Round Table Interne Kommunikation mit dem Referenten Josef Glatzl/Leiter Interne Kommunikation Allianz Gruppe in Österreich