

Case Study: mobilkom austria mit neuem Intranet-Portal

Dr. Sascha Stahl

mobilkom austria und die interne Kommunikation

mobilkom austria ist mit einem Marktanteil von 43,5% Österreichs größter Anbieter für mobile Kommunikation. Das Leitungsspektrum von mobilkom austria umfasst neben Sprachtelefonie alle Arten der mobilen Datenübertragung bis hin zu UMTS. Über 2.300 MitarbeiterInnen sorgen täglich dafür, dass rund drei Millionen Kunden in Österreich über eine einwandfreie mobile Kommunikation verfügen.

Dipl.-Ing. Dr. Boris Nemsic, Generaldirektor von mobilkom austria über die Mission des Unternehmens: „Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt und steigern seine Lebensqualität in der mobilen Gesellschaft“. Kommunikation ist aber nicht nur das Hauptanliegen der Dienstleistung an den Kunden, sondern auch der eigene kritische Erfolgsfaktor für das Unternehmen.

Das Intranet ist bereits seit dem Jahr 1999 Teil der internen Unternehmenskommunikation und damit Basiswerkzeug für die tägliche Arbeit. Die Anforderungen des Unternehmens an seine MitarbeiterInnen - und umgekehrt - entwickeln sich laufend weiter. Ständige Anpassungen der Infrastruktur und Flexibilität sind Voraussetzung für einen reibungslosen Kommunikationsfluss.

Das Intranet als Informationsablage

Aus diesem Grund wurden KMA und punkt.netServices als Konsortium mit der Konzeption eines neuen Intranet-Portals

beauftragt. KMA fungierte in der Rolle als Berater für Wissensmanagement, während Punkt den funktionellen Teil und das Design übernahm.

Ziel war es, Strategie, Design sowie Back- und Frontend zu konzipieren. In einem Grobkonzept sollten strategische, funktionelle und organisatorische Aspekte behandelt werden. Im Feinkonzept folgten inhaltliche und strukturelle Gesichtspunkte in Form von Benutzeranforderungen, Usability-Tests sollten bereits die wichtigsten Erwartungen spezifizieren. Das bestehende Intranet wurde in einem ersten Schritt genau analysiert: Der Content war reichlich, detailliert und auch aktuell vorhanden, doch es fehlte eine einheitliche Strukturierung. Mehr als 600 Seiten waren über sieben Hauptnavigationenpunkte verteilt. Der Hauptnavigation waren jeweils bis zu fünf Unterebenen zugeordnet. Orientierung und Übersicht waren dadurch schwierig.



Auch aus technischer Sicht gab es Verbesserungspotential: Es waren weder Personalisierungs- noch Filtermöglichkeiten und wenig Hilfestellungen oder Erklärungen hinter Informationsbeständen vorhanden. Eine Volltextsuche existierte, assoziativen Suchfunktionen oder Verknüpfungen zu ähnlichen Informationsbeständen waren nicht integriert.

Eine Personalsuchfunktion zeigte Foto, Telefonnummer und Abteilung eines Mitarbeiters an und bot E-Mail und SMS-Services. Weitere Funktionen - wie etwa Experten-Matching, Bildung von Communities oder Gelbe Seiten - gab es nicht.

Das bestehende Content Management System (CMS) war sehr aufwändig zu bedienen. Nur wenige businesskritische Applikationen, wie z.B. ein Employee Self Service, waren mit dem Intranet verlinkt. Daneben beeinträchtigten zahlreiche fachbereichsinterne Insellösungen außerdem die Nutzungsfrequenz des Intranet.

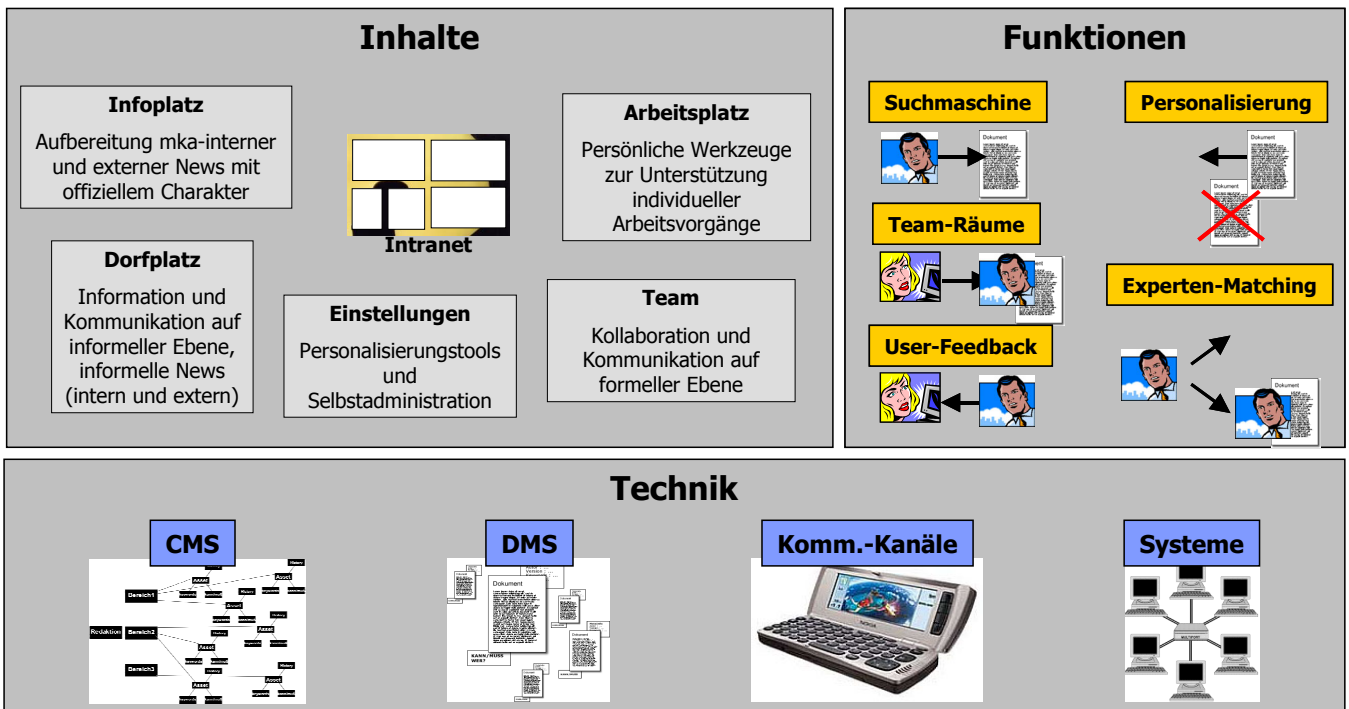
Das Intranet war noch keine unternehmensweite Kommunikations- und Arbeitsplattform, sondern primär ein Platz, um Informationen auszutauschen und

Neuigkeiten zu lesen. Daten wurden abgelegt, aber wenig Wissen erzeugt. Communities wurden kaum gefördert.

Das Intranet als unternehmensweite Kommunikations- und Arbeitsplattform

Um den neuen Ansprüchen der Kommunikation gerecht zu werden, wurde eine neue strategische Vision eines Intranet-Portals entworfen. Dazu Petra Zenne, Head of Intranet bei mobilkom austria: „Das Intranet soll unseren Teamgeist anspornen und unterstützen, ein Wir-Gefühl schaffen. Es muss eine Schnittstelle zwischen den MitarbeiterInnen und dem Unternehmen werden. Deshalb ist es uns wichtig, dass die neue Plattform auf die persönlichen Bedürfnisse unserer MitarbeiterInnen abgestimmt ist und außerdem die „3 As“ - any time, any place und any device - unterstützt.“

Als Ausgangspunkt eines umfassenden Projektes sollte ein Grobkonzept ein erstes Bild geben.



Auf inhaltlicher Ebene werden bestehende und neu erstellte Informationsbestände einer neuen Struktur zugeordnet. Dabei ergeben sich fünf „Areas“, welche die Funktion der Hauptnavigation übernehmen.

Personalisierung vereinfacht den Informationszugriff. Daten können gefiltert, das Design individuell angepasst werden. Neue Suchfunktionen verkürzen Suchzeiten. Spezielle Suchanfragen verweisen MitarbeiterInnen und dienen so einem Experten-Matching. Dadurch erkennen Benutzer schnell und präzise, welche Experten und Interessierte es im Unternehmen zu welchen Themen gibt.

Die wichtigste Innovation im neuen Intranet-Portal sind die „Team-Räume“: MitarbeiterInnen in Teams können dort auf gemeinsame Daten zugreifen, Termine verwalten und miteinander zeitgleich an Dokumenten arbeiten.

Die technischen Komponenten des Intranet werden auf die erforderlichen Bedürfnisse abgestimmt. Ein neues CMS und ein neues DMS sollen eingesetzt werden. Die einzelnen Insellösungen und verschiedenen Systeme sollen auf einer Plattform vereint werden.



Der Wandel durch Wissensmanagement

Das Konzeptionsprojekt „Intranet neu“ wurde im Herbst 2002 gestartet und nach einem dreiviertel Jahr erfolgreich abgeschlossen. KMA und punkt. schafften es in dieser Zeit, zusammen mit mobilkom austria die Vision in konkrete Benutzeranforderungen und Designrichtlinien für ein neues Intranet-Portal umzusetzen. Petra Zenne fasst die Projektzeit zusammen: „Wir haben in dieser Zeit viele neue inhaltliche und

technische Möglichkeiten für Intranets und Kollaborationstechniken kennen gelernt und dieses Wissen dann in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen zu Benutzeranforderungen konkretisiert. Neben der Intranetkonzeption haben wir uns auch sehr stark mit dem Thema Wissensmanagement beschäftigt und auch daraus viele Ideen für das neue Portal abgeleitet.“

Zu den größten Innovationen des neuen Intranet gehört die rollenbasierte Personalisierung, die einen Informationszugriff enorm vereinfacht. Damit wird das Intranet zu einem persönlichen Werkzeug für jeden Mitarbeiter.

Funktionen wie Experten-Matching und die Team-Räume bieten völlig neue Möglichkeiten der Kooperation. Nicht das raum-zeitliche Nebeneinander bestimmt die Form der Zusammenarbeit, sondern wissens- und projektbasierte Netzwerke, die sich je nach Anforderung und Verfügbarkeit der MitarbeiterInnen ergeben. Gerade für mobilkom austria ist es entscheidend, Informationen auch über Mobiltelefone und PDAs oder von Zuhause aus auszutauschen.

Auch organisatorisch und technisch werden sich in den kommenden Monaten einige Dinge ändern: Ein neues Content Management System soll die Eingabe und Wartung des Intranet vereinfachen. Damit wird ein größerer Kreis von MitarbeiterInnen angesprochen, die sich am Informations- und Wissensaustausch beteiligen. Zusammen mit den Team-Räumen sollen so die Voraussetzungen geschaffen werden, den informellen Infoaustausches und damit das Wir-Gefühl von mobilkom austria zu fördern.

Ansprechpersonen bei mobilkom austria:
Petra Zenne, Head of Intranet
Obere Donaustraße 29
1200 Wien
mobil: 0664.3312755

Dr. Sascha Stahl ist Betriebswirt, Kommunikationswissenschaftler und Germanist. Zur Zeit ist er bei BDO Unternehmensberatung tätig und ist Gesellschafter der KMA Knowledge Management Associates GmbH sowie Mitbegründer von Knowledge Management Austria. Dr. Stahl ist Spezialist in den Bereichen Markt- und Kundenkommunikation sowie Mitarbeiterkommunikation und berät Unternehmen im Wissensmanagement u.a. bei der Umsetzung integrierter Kommunikationsstrategien.

