

MIT CONNECT IMMER IN KONTAKT

WIE FORTUNE BRANDS DIE VERBINDUNG ZU SEINER DEZENTRALEN BELEGESCHAFT UND SEINEN MITARBEITER*INNEN OHNE FESTEN SCHREIBTISCH TRANSFORMIERT - UND DIE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION MIT NEUEM LEBEN FÜLLT.

DAS IST FORTUNE BRANDS:

Fortune Brands ist ein führender amerikanischer Hersteller von Haushalts- und Sicherheitsprodukten. Für das Unternehmen arbeiten 25.000 Mitarbeiter in den USA und weltweit, die meisten von ihnen in Produktionsstätten, Logistikzentren und Lagerhäusern.

Das Unternehmen steht also vor der Herausforderung, mit einer großen Gruppe von Personen zu kommunizieren, die nicht über einen persönlichen Computer erreichbar ist. Zudem ist FORTUNE BRANDS geprägt von einer dezentralen Struktur mit drei Geschäftssparten, von denen jede ihre Führungsteams, Organisationssysteme und Prioritäten hat.

„Wir haben erkannt, dass, wenn wir erfolgreich bleiben wollen, die Verbesserung der Kommunikation mit unseren Mitarbeiter*innen Priorität haben muss. Unser Unternehmen wächst und die Anforderungen ändern sich“, berichtet Elizabeth Castro, Stellvertretende Direktorin der Unternehmenskommunikation. „2016 hat unser Team deshalb eine Kommunikationsoffensive gestartet und sich auf die Suche nach einer Plattform begeben, die diese Herausforderung bewältigen sollte.“



DIE VORGEHENSWEISE:

Nutzen wir einfach das Kommunikationsmittel, das die meisten von uns heute besitzen: das Smartphone.

Nach einer gründlichen Recherche mit einem abteilungsübergreifenden Team entschied sich Fortune Brands für den führenden Anbieter von internen Kommunikationsanwendungen: Limeade – damals Sitrion ONE. Das Ziel war die Entwicklung einer eigenen Fortune Brands App. Das Team der Unternehmenskommunikation gab dem Projekt den Namen „Connect“. Er steht für das übergeordnete Ziel von Fortune Brands, alle Mitarbeiter*innen, Sparten und Standorte zu verbinden und einzubinden.

DIE MISSION DER KOMMUNIKATIONSINITIATIVE:

- Kommunikationsfunktionen aufbauen, die eine zeitnahe und konsistente Übermittlung von Kernbotschaften an die Zielgruppen ermöglichen.
- Ansprechende und relevante Inhalte erstellen und dabei die Möglichkeiten für Engagement und seine Messung kontinuierlich steigern.

DIE HERAUSFORDERUNG:

Ausgehend von einem Umsatz von 5 Milliarden US-Dollar im Jahr 2016 wächst Fortune Brands aktuell besonders im Bereich seiner führenden Marken für Haushaltsprodukte. Die Rolle der Produktionsmitarbeiter*innen wird somit immer wichtiger für den Geschäftserfolg. Deshalb suchte das Unternehmen mit Nachdruck nach einer Kommunikationsplattform, die Mitarbeiter*innen ohne Schreibtisch ebenso gut wie Büromitarbeiter*innen informieren und an das Unternehmen binden kann.

Da 70 Prozent der Angestellten von Fortune Brands nicht an einem Computer arbeiten und keine berufliche Email-Adresse haben, erreichten Intranet und E-Mails bisher nur eine kleine Anzahl von Mitarbeiter*innen. Auf diese Weise konnte das Kommunikationsteam eben nicht alle mit wichtigen Unternehmensinformationen versorgen.

Eine weitere Herausforderung bestand darin, einen zentralen Ort zu schaffen, an dem nützliche Informationen und Unternehmensrichtlinien gespeichert und für alle leicht abrufbar sind.

DIE LÖSUNG:

Dies waren die wichtigsten Anforderungen von Fortune Brands:

1. Das Team wollte einen besseren Weg, um mit allen einzeln kommunizieren zu können, insbesondere auch mit Mitarbeiter*innen ohne Computer-Arbeitsplatz.
2. Alle sollten schnell, einfach und zeitnahe Informationen, Fotos, Videos und Dokumente erhalten; und zwar auf direktem Kommunikationsweg.
3. Messbare Kennzahlen waren Pflicht: Welche Inhalte und Formate kommen wie, wann und wo an, wie sind die Reaktionen, etc.

Fortune Brands entschied sich für Limeade Communications und entwickelte seine App Connect. Dank dieses Schrittes konnte das Unternehmen seine alten Intranet-Systeme auslaufen lassen – und allen Angestellten, bis hin zu den Aushilfs- und Zeitarbeitskräften, die Möglichkeit geben, aktiv an den Strategien, den Zielen und der Kultur des Unternehmens mitzuwirken.

SO BEREITET MAN EINEN ERFOLGREICHEN LAUNCH VOR

Das Corporate Communications Team von Fortune Brands wusste, dass es entscheidend für den Erfolg von Connect sein würde, die App frühzeitig bekannt zu machen. Mit einem Grafikdesigner entwickelte es ein Logo, professionelle Materialien wie Banner, Flyer und kleine Werbeartikel. Kampagnen an allen Standorten erzeugten die nötige Aufmerksamkeit. Das Team gab Präsentationen, in denen es die Vorteile von Connect erklärte und den Mitarbeiter*innen unter dem Motto "Get Connected" vor Ort bei der Installation der App half. Eine erfolgreiche Aktion, wie sich zeigte, denn viele Mitarbeiter*innen aus der Produktion waren dankbar für praktische Unterstützung bei der Einrichtung der Technik.

Der Launch begann im Mai 2017 zunächst in der Konzernzentrale und lief dann landesweit durch die Abteilungen und Standortniederlassungen. Vor Ort unterstützte das Kommunikationsteam die jeweiligen Kommunikations- und Personalabteilungen aktiv dabei, das ideale Timing für Postings und ein Training für Content-Autor*innen zu entwickeln.

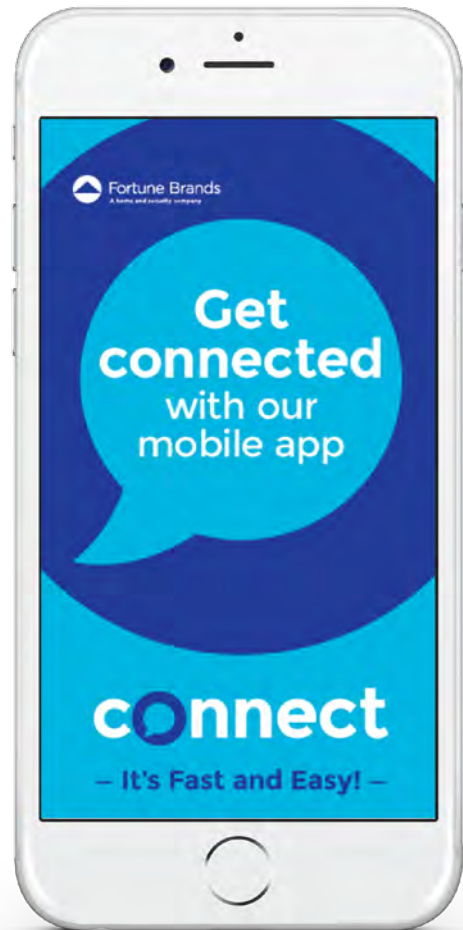
Dieser lokale Ansatz führte dazu, dass alle Beteiligten die besonderen Subkulturen der Fortune Brands-Familie besser verstehen lernten. Das Kommunikationsteam ermutigte App-Autor*innen und Führungskräfte, die Connect-App zu nutzen, um diese besondere Kultur vor Ort zu beleben, und stellte Anleitungen und Ideen für ansprechende Inhalte, Gespräche, Veranstaltungen und mehr zur Verfügung.

GUTE KOMMUNIKATION – BESSERE UNTERNEHMENSKULTUR

Limeade Communications wurde dafür entwickelt, alle Mitarbeiter*innen effizient mit relevanten, ansprechenden Inhalten zu erreichen. Die Lösung ermöglicht es Unternehmen, eine für sie geeignete individuelle Kommunikationsstruktur zu schaffen – von der geografischen Segmentierung bis zur Bereitstellung verschiedener Kanäle und darüber hinaus.

Bei Fortune Brands hat Connect viele mühsame manuelle Prozesse überflüssig gemacht. Vor allem jedoch ermöglicht die App dem Unternehmen, wirklich alle Angestellten mit den Informationen zu versorgen, auf die es ankommt. Dazu gehören:

- Business Updates und wichtige strategische Initiativen
- Geschichten aus der Unternehmens-Community, zum Beispiel über Unternehmensaktionen und Veranstaltungen
- Benefits: Gesundheit und Wellness, Ruhestand
- Cybersicherheitshinweise und Schulungen
- Mitarbeiter - und Führungsprofile
- Unternehmenserfolge und Auszeichnungen
- Marken- und Produktneugkeiten
- Fortbildungen und Jobangebote
- Neueinstellungen und Beförderungen
- Teamevents und gesellige Treffen rund um Feiertage oder Meilensteine



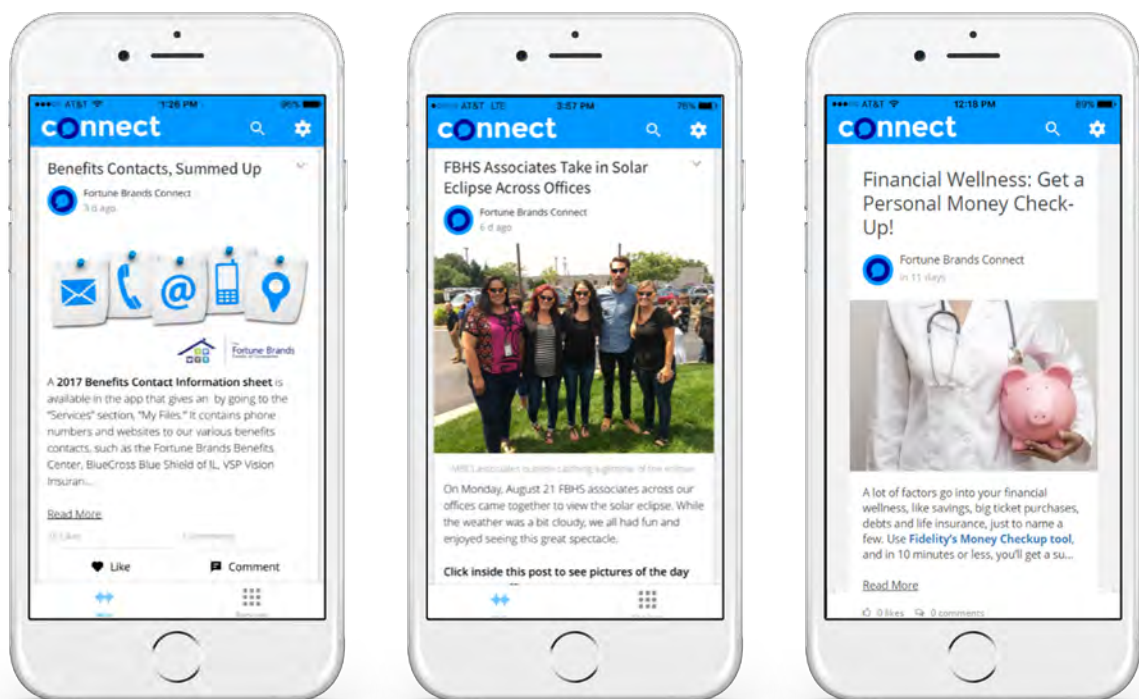
Noch wichtiger ist jedoch, dass Connect vermehrt als ein Mittel für unternehmensübergreifende Sichtbarkeit, Teamgeist und Engagement genutzt wird. Die App ermöglicht es ihren Autor*innen in jeder Niederlassung, standortspezifische Inhalte zu erstellen und zu veröffentlichen. Ob ein Posting über einen Food-Truck-Fahrplan, eine Verkehrswarnung oder auch einen Schichtwechsel: die App ist das passende Medium, wenn es darum geht, Teams in allen möglichen privaten und beruflichen Fragen auf dem Laufen zu halten.

EINE SOLIDE CONTENT-STRATEGIE

Eine mobile Lösung kann die Reichweite maximieren und Mitarbeiter*innen ohne festen Schreibtisch viel besser ansprechen als herkömmliche Kommunikationsmittel. Aber ohne sehr gute Inhalte wird diese Strategie keinen Erfolg haben.

Das Fortune Brands Corporate Communications Team analysierte deshalb gemeinsam mit anderen internen Stakeholdern die verschiedenen Inhalte, die über Connect veröffentlicht werden sollten, geeignete Zeitpunkte zum Posten, die Hauptbotschaften, Guidelines für die Struktur von Posts und mehr. Dem Team kam es darauf an, dass alle Inhalte Teil der Gesamtstrategie waren, aber es wollte auch ein flexibles Medium bieten, das zeitlose Inhalte mit aktuellen, relevanten Beiträgen und Informationen kombiniert.

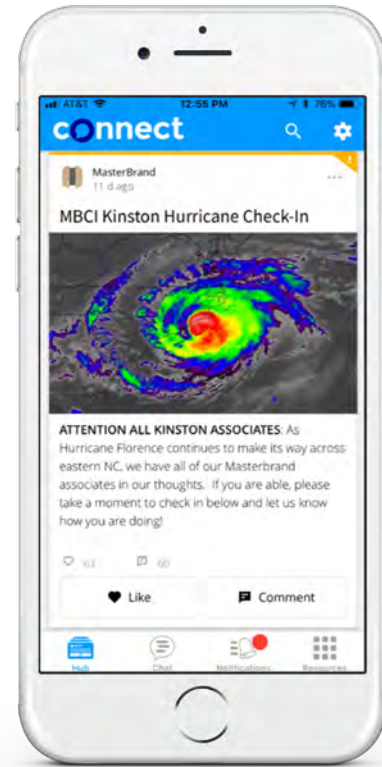
Das Team erkannte zudem die hohe Relevanz von Beiträgen, die mit den spezifischen Arbeitsorten der Mitarbeiter*innen zusammenhingen und von Teammitgliedern und Veranstaltungen berichteten, die die eigene Arbeitswelt berührten. Die Beteiligung von App-Autor*innen an Dutzenden von Fortune Brands-Standorten ist nach wie vor ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Arbeit mit der App.



VERBUNDEN WÄHREND DES HURRIKANS

Viele Mitarbeiter*innn von Fortune Brands leben in North Carolina. Als dort im Jahr 2018 der Hurrikan Florence wütete, stand die Frage nach der bestmöglichen Unterstützung der Betroffenen für das Unternehmen ganz oben auf der Tagesordnung. Fortune Brands wollte seine Angestellten nicht nur moralisch unterstützen, sondern die notwendigen Ressourcen bereitstellen, um sie in Sicherheit zu wissen. Für die Standorte in Kinston, North Carolina, wurde die App zum wichtigsten Kommunikationsmittel, als die Telefone im Sturm versagten:

- An alle Standorte in North Carolina wurden Check-In-Posts gesendet. Der Check-In für Kinston erhielt 60 Kommentare und 379 Views; New Bern erhielt 71 Kommentare und mehr als 600 Views.
- Hotlines, Hilfs- und Gesundheitsangebote wurden veröffentlicht.
- Das Update des leitenden Sicherheitsbeauftragten erhielt mehr als 1.400 Detailansichten, doppelt so viele wie der zweitbeliebteste Beitrag.



Die Limeade Communications App ermöglichte es Fortune Brands, in einer schwierigen Zeit ein Unterstützungssystem zu errichten und für seine Mitarbeiter*innen da zu sein. Für diese war es eine große Erleichterung, Zugang zu einem Informationsnetz zu haben, das nicht auf E-Mail- oder Telefonleitungen angewiesen war und mit dem sie sich jederzeit mit ihren Kollegen in Verbindung setzen konnten. In den folgenden Monaten nutzten die Mitarbeiter*innen die App, um mehr als 55.000 Dollar für Hilfs- und Wiederaufbauarbeiten zu spenden.

ERGEBNISSE

Die App wird inzwischen von vielen Angestellten des Unternehmens mehrmals pro Woche genutzt. Mit Connect ist Fortune Brands in der Lage, das Nutzerverhalten der Mitarbeiter*innen auszuwerten, um herauszufinden, welche Inhalte am relevantesten und interessantesten sind. **Als Fortune Brands sein Intranet gegen die Connect App austauschte, steigerte das Unternehmen die Reichweite und die Wirkung seiner Kommunikation erheblich.**

18 Monate nach der Einführung nutzen bereits **mehr als 5.000 Mitarbeiter*innen** die Fortune Brands Connect App, **70 Prozent der Nutzer** sind dabei Angestellte, die nicht vor Ort oder in der Produktion arbeiten.



„ES VERGEHT KAUM EINE WOCHE, IN DER ICH NICHT DENKE, ›WIE HÄTTEN WIR DAS OHNE DIE APP MACHEN KÖNNEN?‹ GANZ EINFACH: WIR HÄTTEN ES NICHT GEKONNT.“

JEN RATAJ, Senior Manager, Unternehmenskommunikation