

# **Wer macht die beste interne und integrierte Kommunikation in der Schweiz?**

# Elektronische Medien

Lukas Karrer, Jury-Head

**Die Jury hatte dieses Jahr eine schwierige Aufgabe. Es galt unter zwei ebenbürtigen Eingaben einen Sieger zu ermitteln. Beide prämierten Lösungen überzeugen durch solides Handwerk, professionell aufbereitete Dokumentation und Lösungen, die aus völlig unterschiedlichen Perspektiven wegweisend sind. Schliesslich spielten Effizienz und Effektivität der Vorgehensweise das Zünglein an der Wage.**

## Eingereichte elektronische Medien

**Coop Rechtsschutz**  
Intranet.cooprecht.ch

**Migros Aare-Mittelland**  
Aare App

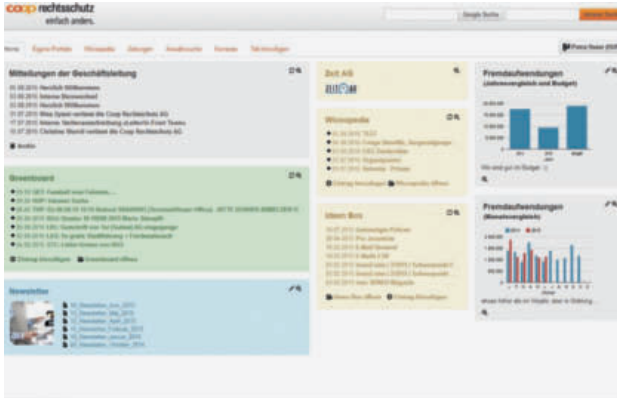
**Schindler Aufzüge**  
Inmotion

**Zurich Versicherung Schweiz**  
WHAT'S UP

Da die weiteren Eingaben einen sehr deutlichen Abstand zu den ersten zwei Dossiers aufweisen, hat die Jury entschieden, keinen dritten Platz zu vergeben. Beiden prämierten Lösungen gemein sind ein neuartiges Risikoverständnis und eine gewisse Angstfreiheit. Während noch vor wenigen Jahren der Fokus in der Kommunikation auf absoluter Kontrolle lag, gehen beide Lösungen sehr frei und offen mit den Rückmeldungen und Kommentaren der Nutzer um. Die zwei Plattformen ermöglichen es, eigene multimediale Inhalte hochzuladen und gleichzeitig andere zu kommentieren und zu bewerten. Die Möglichkeit «Selfies» von Mitarbeitenden zu « liken » und zu kommentieren, zeugt von einer reifen Kultur. Das, was in Social Media oder Facebook selbstverständlich ist, ist nun auch in modernen Unternehmen angekommen.

Ein Wermutstropfen bleibt. Keine der Eingaben wurde konsequent bedürfnisorientiert entwickelt, obschon die Methoden des «User Centered Design» heute zum Standard gehören. Es bedarf mehr als eines Usability-Tests um den Launch sicherzustellen. Dabei gilt es, die Bedürfnisse der Nutzer zu verstehen, mit den Anwendern gemeinsam Lösungen zu entwickeln und diese auf Papier zu testen. Ohne diese Massnahmen vergeben sich die Auftraggeber die Chance, Lösungen zu entwickeln, die aufgrund der User Experience und der Bedürfnisorientierung zum «selbstverständlichen Erfolg» werden.

# Goldene Feder



## Coop Rechtsschutz

**Im Februar 2015 gab Coop Rechtsschutz AG den Startschuss, das bestehende Intranet komplett zu erneuern. In nur sechs Monaten wurde ein Tool geschaffen, um das weitere Wachstum der Organisation zu unterstützen. Die mit dem Wachstum einhergehenden Herausforderungen wie Führung, Kommunikation oder neue Arbeitsformen werden proaktiv angegangen.**

Die angebotenen Funktionalitäten bestehen durch deren Präzision und die durchdachten Konzepte. Bekannte und etablierte Prinzipien aus Social Media wurden auf die Bedürfnisse der Coop Rechtsschutz hin angepasst und umgesetzt.

Potenzial sieht die Jury im Bereich des konsequenteren Information-Managements sowie der Vervollständigung des Arbeitsinstruments durch die Umsetzung noch fehlender Bausteine. Wichtig wird auch sein, die Akzeptanz der gerade erst lancierten Lösung zu festigen, indem etwa die Verantwortlichen sämtliche Möglichkeiten ausschöpfen und aktiv über den neuen Kanal kommunizieren.

**Mitarbeiterzeitungen und Personalmagazine**  
**Newsletter**  
**Frontcover**  
**Betriebsjournalistische Texte**  
**Elektronische Medien**  
**Konzepte und Strategien**  
**Interne/-r Kommunikator/-in des Jahres**  
**Autor, Preisträger des Jahres**

**2015**