

INTERNE KOMMUNIKATION

# Wir müssen reden

Um die interne Kommunikation zu verbessern, nutzt das Autozentrum Walter Easy-Car-Dealernet von SEG. Damit hat sich der Händler mit wenig Aufwand sein eigenes Intranet geschaffen.

von Felix Altmann

Ein bekanntes Sprichwort lautet: „Reden ist Silber, Schweigen ist Gold.“ Doch im Berufsalltag gilt eher das Gegenteil. Die interne Kommunikation ist eines der wichtigsten Werkzeuge, um den Erfolg eines Unternehmens nachhaltig zu verbessern. Gerade im Autohandel, in dem so viele verschiedene Fachbereiche und Abteilungen miteinander arbeiten, ist der ständige Austausch der Mitarbeiter sowohl untereinander als auch mit der Führungsebene von großer Bedeutung.

**Informationen für alle**

Das dachte sich auch Felix Walter. Der Geschäftsführer vom Autozentrum Walter in Pforzheim war auf der Suche nach einer Möglichkeit, Informationen in einem System zu bündeln und für die gesamte Belegschaft zugänglich zu machen. Dabei wollte er bewusst weg von dem wohl bekannten E-Mail-Verteiler: „Einige unserer Kollegen, zum Beispiel in der Werkstatt, verfügen gar nicht über eine eigene geschäftliche E-Mailadresse. Auch werden E-Mails, wenn sie mehrfach hin und her geschickt werden, schnell unübersichtlich oder gehen im Posteingang unter“, erzählt Felix Walter. Dazu kommt, dass der Mehrmarkenhändler (Nissan, Hyundai, MG) über zwei Standorte verfügt. Auch hier sollte ein neues Tool die Kommunikation und den Datenaustausch standortübergreifend möglich machen. Und natürlich wird so auch die Arbeit aus dem Homeoffice wesentlich vereinfacht.

So kam Felix Walter auf das Easy-Car-Dealernet (ECD) des Softwareanbieters SEG und war schnell begeistert von den neuen Funktionen. Das browserbasierte System ermöglicht es, Informationen und Daten für die Mitarbeiter bereitzustellen, und dass diese sich auch untereinander austauschen. „Wo früher telefonisch Rücksprache gehalten werden oder erst



Felix Walter (links), Geschäftsführer beim Autozentrum Walter, und Britta Rohde, Vertrieb bei der SEG, waren für die Einführung von Easy-Car-Dealernet verantwortlich.

der Wandkalender konsultiert werden musste, genügt jetzt ein Blick in ECD und jeder Mitarbeiter sieht sofort alle für ihn relevanten Informationen“, weiß Britta Rohde, Vertrieb bei SEG. Die Kommunikation wird auf diese Weise nicht nur digitalisiert, sondern auch transparent und nachvollziehbar.

**Nützliche Funktionen**

Die Möglichkeiten vom ECD sind vielfältig und werden je nach den Anforderungen des Händlers genutzt. In der Timeline, wie man sie auch von sozialen Netzwerken wie Facebook kennt, sieht der Mitarbeiter Posts und Nachrichten, die mit ihm geteilt wurden. Dabei können die Mitarbeiter je nach Abteilung und Aufgaben in verschiedene Gruppen eingeteilt

werden. Inhalte, die nicht für die gesamte Belegschaft gedacht sind, werden dann nur innerhalb dieser Gruppe geteilt. Nachrichten, die besonders wichtig sind, können auch mit einer erforderlichen Lesesebestätigung versendet werden. So wird sichergestellt, dass auch wirklich jeder betroffene Mitarbeiter die Informationen auch erhalten hat.

Auch die Raumplanung über den Ressourcenplaner/Plankalender und der Urlaubskalender lassen sich mit ECD abbilden. Hier greifen Automatismen, welche die Prozesse auch merklich verschlanken. Trägt ein Mitarbeiter seine Urlaubstage ein, muss er vorher einen Kollegen als Vertretung ernennen und diesen bestätigen lassen. Erst im Anschluss geht der Antrag an den Vorgesetzten, der, wenn er

Fotos/Grafik: Felix Altmann/AUTOHAUS, SEG Hamburg

den Urlaubsantrag genehmigt, nicht erst wieder Rücksprache halten muss.

Wurde eine Gruppe mit bestimmten Mitarbeitern erstellt, entsteht automatisch innerhalb dieser Gruppe ein eigener Workspace. Mit dem Zusatzmodul Sharepoint können Mitarbeiter gleichzeitig innerhalb desselben Dokuments arbeiten und sind dadurch immer auf dem aktuellen Stand.

**Alle sollen mitmachen**

Britta Rohde sieht in dem System auch die Möglichkeit, das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Belegschaft zu stärken: „Die Marketingabteilung kann auf diesem Wege beispielsweise Erwähnungen in Publikationen oder Inhalte auf den Social-Media-Kanälen des Autohauses in die Easy-Car-Dealernet Timeline posten, um die eigenen Aktivitäten den Kollegen mitzuteilen und sie am Erfolg teilhaben zu lassen.“ Und das erreicht auf diesem Wege auch alle Mitarbeiter im Unternehmen. „Im Zuge der Digitalisierung arbeiten die Kollegen in der Werkstatt mit Tablets und können somit auch auf das ECD zugreifen“, erzählt Felix Walter.

Besonders praktisch findet Felix Walter auch die Möglichkeit, die Zugänge für diverse Portale, die die Mitarbeiter im Alltag nutzen, zu speichern. Dadurch muss sich niemand mehr unzählige Passwörter merken und kann aus dem System heraus jederzeit ein Portal aufrufen. Somit fallen auch hier unnötige Workarounds weg, wenn jemand sein Passwort vergessen hat und erst die IT zu Hilfe eilen muss. Neben Zeit kann das System obendrein auch noch Geld sparen: Durch die Kombination aus Nachrichten- und dem Sharepoint-Modul können interne Nachrichten nicht nur verschickt, sondern auch Anhänge dieser direkt im Browser geöffnet werden. Wer in seiner täglichen Arbeit nicht unbedingt den vollen Umfang von MS Office benötigt, für den müssen dadurch keine zusätzlichen Lizenzen erworben werden.

**Alles braucht seine Zeit**

Neue Systeme einzuführen ist nicht leicht und geht auch nicht von heute auf morgen. Denn erst einmal müssen die Mitarbeiter von den Funktionen und der damit verbundenen Arbeitserleichterung überzeugt werden. „Es ist wichtig, dass ein Mitarbeiter als Administrator ernannt wird und der Hauptansprechpartner für das System ist“, weiß Britta Rohde. „Mit



Das Gebrauchtwagengeschäft spielt beim Autozentrum Walter eine wichtige Rolle. Am Standort in Pforzheim gibt es sogar eine eigene Einkaufsabteilung für gebrauchte Fahrzeuge.

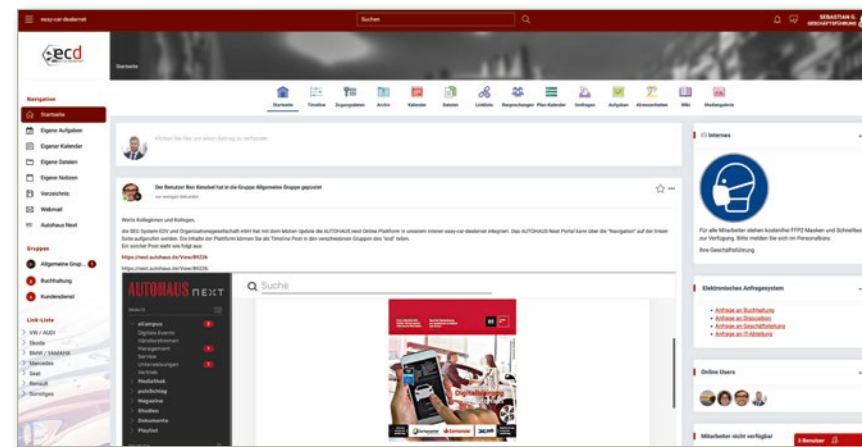
dem Administrator befüllen wir vor der Schulung der übrigen Mitarbeiter ECD mit firmeneigenem Content, um das Interesse der Belegschaft zu wecken. Dadurch lernt der Administrator das System noch besser kennen und für die Kollegen ist der Erstkontakt mit ECD nicht so abstrakt.“ Auch unterstützt die SEG Händler bei der Implementierung nicht nur technisch, sondern geht auch in die Prozessberatung. Denn hier hakt es noch oft, wenn trotz aller Digitalisierung noch in alten Strukturen und Denkweisen gearbeitet wird.

**Integration von AUTOHAUS next**

In ECD kann auch das AUTOHAUS-Premiumportal AUTOHAUS next direkt eingebunden werden. Dort finden Abonnenten weiterführende digitale Inhalte

wie Videos, Schulungen, Podcasts oder die E-Paper-Ausgabe des AUTOHAUS Magazins. Über einen Button können die Mitarbeiter innerhalb des Systems direkt auf die Inhalte von AUTOHAUS next zugreifen, ohne ECD zu verlassen. Da das Autozentrum Walter selbst einen erfolgreichen YouTube-Kanal betreibt, nutzt Felix Walter gern die Videoformate auf AUTOHAUS next, um Informationen mit den Mitarbeitern zu teilen.

Mit dem Easy-Car-Dealernet von SEG hat Felix Walter ein praktisches Tool gefunden, die so wichtige interne Kommunikation mit und innerhalb der Belegschaft zu optimieren. Davon profitieren nicht nur die Mitarbeiter, sondern am Ende auch die Kunden. Denn die freuen sich über eine noch schnellere und zeitgemäße Betreuung durch ihr Autohaus. ■



Auf der Startseite sehen die Mitarbeiter die neuesten Nachrichten in ihrer Timeline. Die Nutzung von AUTOHAUS next ist über einen eigenen Button im selben Fenster möglich.