



Bild: Glinicke

INNERBETRIEBLICHE KOMMUNIKATION

Das Social-Media-Intranet

Je größer eine Autohausgruppe, desto schwieriger die innerbetriebliche Kommunikation: Glinicke hat sich für eine moderne Intranetlösung entschieden, die nicht nur dazu dient, den rund 1.300 Mitarbeitern Wissen zentral zu vermitteln.

Die in Kassel beheimatete Automobilgruppe Glinicke feiert im nächsten Frühjahr ihren 88. Geburtstag: Aus der von Hans Glinicke im Jahr 1930 gegründeten Automobilfirma mit angeschlossenem Reparaturbetrieb und sechs Beschäftigten ist mittlerweile eine Autohausgruppe mit 20 Standorten geworden, die Seniorchef Peter Glinicke und der Gründerenkel Florian Glinicke gemeinsam führen. Eine solche Unternehmensgröße bringt die unterschiedlichsten strukturellen Herausforderungen mit sich – eine reibungslose interne Kommunikation unter den rund 1.300 Mitarbeitern sicherzustellen, ist eine davon: „Je größer wir werden, desto schwieriger wird die Kommunikation miteinander“, bestätigt Alexander Kropf, Leiter Digitalisierung und Marketing der Glinicke-Automobilgruppe.

Im vergangenen Sommer entschied sich das Unternehmen daher, eine mo-

derne Intranetlösung einzuführen: „Unser Ziel war es, alle Mitarbeiter und das Firmen-Know-how effektiv miteinander zu vernetzen“, erklärt Alexander Kropf. Das neue Gruppenintranet sollte mehr als die einfache Download-Plattform der Vergangenheit sein: Sie sollte eine lebendige und interaktive Kommunikation im Hause fördern und eine selbsterklärende Alternative zur eher schwerfälligen Kommunikation per E-Mail und Telefon sein.

Vor dem Start wird das Dealer Net erst gefüttert

Nach der Sichtung verschiedener Systeme entschied sich die Führungscrowd um Florian Glinicke letztlich für das Dealer Net des Sindelfinger Unternehmens Concore. Und sie traf gleichzeitig den Entschluss, die Plattform vor dem tatsächlichen Live-Start erst mit ausreichend Informationen zu füttern: „Uns war wichtig, dass die Mitarbeiter

vom ersten Tag an den Nutzen dahinter erkennen können“, erklärt der Marketingleiter. Das neue System funktioniert wie eine Themenplattform: Die Mitarbeiter können ähnlich wie in den sozialen Medien Kommentare abgeben. Zudem ist es möglich, flexible Nutzergruppen zu bilden, in denen Mitarbeiter verschiedener Standorte interagieren oder Dokumente austauschen können. Das thematische Spektrum ist breit: „Beispielsweise kann ein Mechatroniker aus Bielefeld ein bestimmtes Problem ins Intranet der Werkstattgruppe stellen. Sein Kollege aus Jena hat dann möglicherweise

Glinicke-Marketingleiter Alexander Kropf (li.) und Glinicke-Geschäftsführer Florian Glinicke nutzen das Bindfadentelefon nur zum Spaß. Kommuniziert wird ab jetzt mittels modernem Intranet.

SCHOLZ® SYSTEM

**Schnelle Prozesse
Professionalität
Kundenbindung**

Bei der Räderlagerung

YeSiReB Flexi®
Yellow Silver Blue

Scholz Regalsysteme GmbH
Im Birkenfeld 11 | D-65719 Hofheim
Tel.: +49 6192 - 293900
info@scholz-regalsysteme.de

www.Scholz-eOK.de

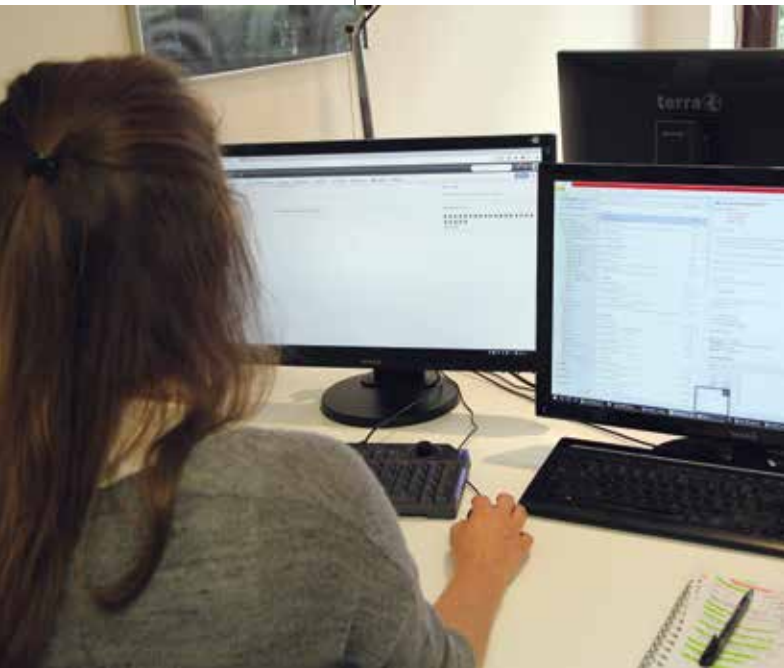


Bild: Drogatz-Krämer



Das Intranet ist auf jedem Rechner installiert, die Eingabe von Zugangsdaten ist nicht erforderlich. Die Mitarbeiter sehen sofort, ob es in ihren Gruppen Neuigkeiten gibt.

eine schnelle und gute Lösung für ihn parat“, schildert Alexander Kropf.

Die Marketingabteilung freut sich schon auf das zentralisierte Wissen, die höhere Transparenz und die Zeiterparnis im Unternehmen. Denn die Mitarbeiter könnten sich künftig eine Menge E-Mails sparen, wenn es etwa um die Kommunikation von Terminen, um Zuständigkeiten, Richtlinien, Hinweisen zu Prämienmodellen oder um interne Unternehmensnachrichten geht. Da ist sich Kropf sicher. Auch Umfragen ließen sich über die Concore-Plattform zeitsparend durchführen.

Infos aus dem Archiv und Terminwarnungen im Kalender

Mit der Archivfunktion können sich neue Mitarbeiter gut dokumentierte Informationen beschaffen. Die Kalenderfunktion vereinfacht zudem die Koordination von Veranstaltungen bzw. sonstigen Terminen. Denn Dealer Net gleicht die Kalender der Mitarbeiter mit den Kalendern der einzelnen Autohäuser oder der gesamten Gruppe ab und erkennt so beispielsweise drohende Terminkollisionen. Die Beschäftigten können somit künftig über das Intranet Besprechungen planen, protokollieren und revisions-beziehungsweise ISO-sicher verarbeiten. Auch ihre persönliche Präsenz an den einzelnen Standorten ließe sich so reduzieren, so der Marketingleiter.

„Die Herausforderung ist es jetzt, dieses riesige Konstrukt vernünftig auf-

zubauen. Wo es sinnvoll ist, soll ein dynamischer Kontakt entstehen. Welche Vernetzungen sinnvoll sind und welche nicht, wird sich in der Praxis zeigen“, bemerkt Kropf. Geplant ist, dass die Marketingabteilung verschiedene Nutzergruppen ins Leben ruft. In den einzelnen Häusern werden zudem Key-User bestimmt, die weitergehende Kompetenzen haben sollen. Neben inhaltlich zusammenpassenden Kompetenzzentren wird es bei Glinicke auch übergeordnete Gruppen geben, zu denen alle Mitarbeiter Zutritt haben. Wichtig ist für Kropf, dass das Dealer Net für jeden Mitarbeiter greif- und begreifbar ist. Schranken soll es für die Nutzung nicht geben: Geplant ist, das Intranet in jedem Betrieb und auf jedem Mitarbeiterbildschirm freizuschalten, ohne dass die Mitarbeiter ein Passwort eingeben müssen.

Das Intranet bezeichnet Kropf als Informationsbaum des Unternehmens, der kontinuierlich weiterwachsen soll. Es soll nicht nur als reine Informationsquelle dienen, sondern die Mitarbeiter auch motivieren und unterhalten. Beispielsweise ist geplant, auf der internen Kommunikationsplattform Fotoalben von Veranstaltungen zu hinterlegen. Auch Vergünstigungen, die Glinicke-

Kooperationspartner den Autohausmitarbeitern gewähren – vom Friseur an der Ecke bis hin zum Sportverein – sollen auf der Plattform eingepflegt werden.

Das Dealer Net bietet eine Reihe von Standard- und Zusatzmodulen. Diese hat die Glinicke-Gruppe zwar komplett erworben, zum Livestart werden allerdings nicht alle gleich zum Einsatz kommen: „Beispielsweise finden wir

„Das Intranet ist unser Informationsbaum, der kontinuierlich weiterwachsen soll. Es soll die Mitarbeiter auch motivieren und unterhalten.“

Alexander Kropf, Marketingleiter

die Urlaubsplanung per Intranet sehr sinnvoll, haben sie aber erst einmal zurückgestellt. Wir möchten nicht alles auf einmal machen und dadurch riskieren, unsere Mitarbeiter zu überfordern“, erklärt Kropf. Erst mittelfristig will die Autohausgruppe die

komplette Bandbreite an Funktionen, die die Plattform bietet, ausschöpfen: Anfangen vom Besprechungsplaner über das Sharepoint-Modul, das es ermöglicht, Excel-Listen und Word-Dokumente gleichzeitig zu bearbeiten, bis hin zum sogenannten Business-Process-Model- and -Notation-Modul. Letzteres stellt den Mitarbeitern analoge Workflows in digitaler und interaktiver Form zur Verfügung.

Ein wichtiger Aspekt bei der Auswahl der passenden Intranetlösung waren für die Automobilgruppe auch die Kos-

Die Autohausgruppe Glinicke beschäftigt an 20 Standorten 1.300 Mitarbeiter, die über das Intranet vernetzt sind.



Bild: Drogatz-Krämer

genommen hatte, habe häufig der Bezug zu den Eigenheiten des Automobilhandels gefehlt. Michael Bauerheim, geschäftsführender Gesellschafter von Concore, war über elf Jahre in der Automobilhandels-IT tätig und kennt sämtliche Unwägbarkeiten in Autohäusern. Er erklärt: „Uns ist es wichtig, ein direktes und permanentes Feedback aus der Händlerschaft zu erhalten. So können wir dauerhaft eine Produktpalette gewährleisten, die sich nah am Automobilhandel und dessen Bedürfnissen orientiert.“

Noch vor dem Live-Start des neuen Intranets steht bei der Kasseler Autohausgruppe derweil schon das nächste Projekt mit Concore auf der To-do-Liste: Das Unternehmen plant, das Intranet um das Mitarbeitermotivationsportal des Sindelfinger Unternehmens namens MMP zu erweitern. Damit kann ein Autohaus schnell und unkompliziert Wettbewerbe im eigenen Unternehmen ausloben: Dazu fügt es mit wenigen Klicks die Basisdaten des Wettbewerbs ein. Er definiert, welchen Wettbewerb er ausloben will, wer daran teilnehmen kann und vor allem, wie viele Punkte ein Mitarbeiter verdienen kann. Der Clou des Portals ist, dass jeder Autohausmitarbeiter nach einer PIN-Angabe auf einen Blick sieht, welche Wettbewerbe gerade laufen und wie hoch sein Punktestand ist. Die verdienten Punkte kann er dann in einem Prämienshop einlösen.

Auf den Weg gebracht wird es mit Carsten Bachmann, der bei Glinicke die Region Mitte leitet und als Markenbeauftragter für Jaguar und Land Rover fungiert. Er freut sich schon auf den regen internen Austausch, den die neue Plattform ermöglicht: „Wir haben alle Kompetenzen hier im Hause und müssen sie nur richtig fördern und nutzen“, unterstreicht er.

KATRIN DROGATZ-KRÄMER

ten für die Plattform. Investieren musste das Kasseler Familienunternehmen dabei vor allem in die Hardware: „Wir mussten einen sehr großen Server mit besonders viel Arbeitsspeicher anschaffen, auf dem wir das System implementiert haben“, schildert Kropf. Diese Anschaffung sei allerdings nicht nur der Plattform geschuldet, sondern auch der hohen Mitarbeiterzahlen, fügt er hinzu.

Kosten für Anschaffung und monatliche Wartung

Lizenzkosten fallen für die Nutzung des Dealer Nets bei der Glinicke-Gruppe nicht an: Die finanziellen Aufwendungen beschränken sich stattdessen auf einen einmaligen Betrag für die Installation und Integration des Komplettsystems. Hinzu kommt eine geringe monatliche Wartungspauschale. In dieser sind auch sämtliche Produkt-Updates enthalten, die automatisch installiert werden.

Die Zusammenarbeit zwischen der IT-Abteilung des Autohauses, seiner Marketingabteilung und Concore habe während des gesamten Projekts reibungslos geklappt, lobt Kropf. Das Sindelfinger Unternehmen habe alle Wünsche berücksichtigt. Vor allem die Autohausaffinität von Concore nennt der Marketingleiter von Glinicke als großen Vorteil bei der Umsetzung des Projekts: Branchenfremden Anbietern, mit denen die Glinicke-Gruppe bei ihrer Sondierungsphase Kontakt auf-

NOCH FRAGEN?

Julia Mauritz, Redakteurin



„Die Bedeutung der innerbetrieblichen Kommunikation wird gerade von Autohäusern häufig unterschätzt. Die Autohausgruppe Glinicke hat sie hingegen zur Chefsache deklariert.“

☎ 0931/418-2835
✉ julia.mauritz@vogel.de

Besuchen Sie uns im Internet
www.kfz-betrieb.de

gewe LagerTec
JETZT LAGERFLÄCHE VERDOPPELN.
www.Level-Plus.de

TEPE SYSTEMHALLEN
Satteldachhalle Typ SD21 (Breite: 21,00m, Länge: 40,50m)

- Traufe 5,10m, Firsthöhe 6,95m
- mit Trapezblech, Farbe: AluZink
- incl. Schiebetor 4,00m x 4,20m
- feuerverzinkte Stahlkonstruktion
- incl. prüffähiger Baustatik

Aktionspreis € 69.900,-
ab Werk Bldern; excl. MwSt. Schneelastzone 2, Windzone 2, z. auf Anfrage

www.tepe-systemhallen.de · Tel. 0 25 90 - 93 96 40

ca. 2000 Anhänger und ca. 500 Gebrauchte*
WÖRMANN werkstatt-trailer.de

Direktverkauf

STREET-MEXX PROFI-PAKET:

- 100 km/h Ausführung
- Elektrowinde
- Radfeststeller durchgehend
- geschlossener Aluminium-Boden
- E-Rad mit Halterung

STREET-MEXX STREET-MEXX XXL mit Elektro-Winde serienmäßig!

* Für alle Einsatzbereiche

WÖRMANN GmbH
Tonstraße 29
85241 Hebertshausen b. Dachau

Öffnungszeiten:
Mo-Fr 9.00 - 18.00 h
Sa 9.00 - 13.00 h

www.woermann.eu
0 81 31 / 29 27 80

„The Oldtimerspezialist“
Hahn Kühnapfel
Gegründet 1930

Inh.: Monika Huhn-Kühnapfel
Kfz-Meister

Motoren-Instandsetzung
Potsdamer Allee 11 · 14532 Stahnsdorf
Tel.: (0 33 29) 6 20 34 · Fax: (0 33 29) 61 23 50
e-mail: kuehnapfelmotorinstandsetzung@t-online.de

Verkaufspavillons für Gebrauchtwagenplätze

- + Günstig und variabel durch Systembauweise
- + Repräsentativ, modern, hochwertig
- + Optisch individuell gestaltbar
- + Auf Wunsch inkl. Bauantrag

Reifenlagerhallen & Reifencontainer & Reifenregale

- + Günstig direkt vom Hersteller
- + Inkl. kostenfreier Typenstatik
- + Erdnagelbefestigung
- + Reifenregale zu Top-Konditionen

Werkstatthallen und Direktannahmen ab 30 m²

- + Günstig + variabel durch Systembauweise
- + Inkl. kostenfreier Typenstatik
- + Kurze Lieferzeiten
- + Auf Wunsch inkl. Bauantrag

HaCoBau
HALLEN + CONTAINERSYSTEME GmbH

Über 500 Referenzen im Automobilbereich

Hacobau GmbH · 31785 Hameln · Tel. 0 51 51-80 98 76 · info@hacobau.de · www.hacobau.de

Durametric **DIAGNOSESYSTEM**

- Dominierendes Diagnosesystem für **PORSCHE® FAHRZEUGE**
- Individuelle **DIAGNOSEKITS** für spezielle Anforderungen
- Zugriff auf viele **FAHRZEUGSYSTEME** (z. B. Motor, ABS, Airbag)
- Überzeugt durch die **EINFACHE und INTUITIVE BEDienung**
- Diagnose auch bei **CUP-MODELLEN** möglich

ERHÄLTICH IM ONLINESHOP UNTER
WWW.PCI-DIAGNOSETECHNIK.DE

PCI
Diagnosetechnik