

HATAHET Success Story

Österreichische Post AG



Gelebte Innovationskultur:
HATAHET unterstützt die Post
 bei der Transformation des Intranets
 zum digitalen Arbeitsplatz der Zukunft

Die Österreichische Post AG ist der landesweit führende Logistik- und Postdienstleister. Zu den Hauptgeschäftsbereichen zählen die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien und Paketen. Das Filialnetz der Österreichischen Post zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes und bietet seinen Kunden in ganz Österreich hochwertige Produkte und Services in den Bereichen Post, Bank, Telekommunikation und Energie.

Zu den zentralen Leitbildern des Unternehmens gehört die Zukunftsorientierung – und das seit mehr als 500 Jahren seines Bestehens. Seit Anbeginn hat sich die Post den jeweils modernsten Technologien bedient, um dem schnell wachsenden Bedürfnis nach Kommunikation und Informationsaustausch nachzukommen: Brief, Telegramm, Postkarte (eine österreichische Erfindung), Flugpost, Telefon und die weltweit erste Blockchain-Briefmarke namens „Crypto Stamp“ sind Beispiele für die außergewöhnliche Innovationskraft des heimischen Vorzeigunternehmens.

Für die interne Kommunikation und den Informationsaustausch war bis vor kurzem eine traditionelle Infrastruktur mit einem klassischen Intranet im Einsatz, das den Anforderungen eines modernen Arbeitsplatzes nicht mehr gerecht wurde. „Das unternehmensweite Wissen war nicht vernetzt – Stichwort Datensilos –, wir hatten zu viele Tools ohne zentralen Zugang im Einsatz, und das Intranet erwies sich zunehmend als Informationsfriedhof. Wir mussten zudem viel Zeit für die Suche aufwenden“, sagt Projektleiterin Miriam Mayer von der Internen Kommunikation der Post.

Daher entschloss man sich, den Wissensarbeitsplatz und die Zusammenarbeit auf neue Beine zu stellen und dafür die vorhandenen Mittel wie Microsoft SharePoint und Office 365 zu nutzen. Da zu jener Zeit diesbezüglich zu wenig Know-how im Haus vorhanden war, luden die Verantwortlichen den Gründer und Geschäftsführer von HATAHET productivity solutions, Nahed Hatahet, ein, der im Gegensatz zum Wettbewerb nicht nur technologisch, sondern auch strategisch berät. „Nahed



Unternehmensgröße

ca. 20.000 MitarbeiterInnen

Technologie

HATAHET Workplace Architecture-Modell

Herausforderung

Fa. HATAHET sollte der Post bei der Planung, Umsetzung und Einführung des digitalen Arbeitsplatzes der Zukunft beratend (technisch wie auch strategisch) zur Seite stehen und damit das nicht mehr zeitgemäße Intranet ablösen.

Lösung

Das HATAHET-Team unterstützte die Post bei der Konzeption und technischen Realisierung von OSKAR, dem digitalen Arbeitsplatz der Zukunft der Post, der auf dem ready-to-use HATAHET Workplace Architecture-Modell basiert und die Mittel von Microsoft 365 nutzt.

Vorteile

- Mit OSKAR verfügen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Post über einen zentralen Zugang zu allen Informationen, Dokumenten und Applikationen, die sie für ihren Arbeitsalltag, für die Kommunikation und Zusammenarbeit benötigen.
- In diesem Modell folgen die Informationen der Userin/dem User. Damit ist der früher übliche Suchaufwand auf ein Minimum reduziert.
- Das integrierte Online-Userinterface ist so einfach und selbsterklärend gestaltet, dass eine traditionelle Einschulung in die einzelnen Selbstorganisations-, Kommunikations- und Collaborations-Tools kaum mehr notwendig ist.
- Das HATAHET Workplace Architecture-Modell unterstützt den Design Thinking-Ansatz: OSKAR ist so zukunftsweisend design, dass das Change Management sowie die Gewinnung und Bindung junger Talente erleichtert und gefördert wird.

Hatahet agierte von Anfang an sehr offen, ehrlich und professionell. Essentiell für den Erfolg des Projekts war seine Rolle als Übersetzer und Vermittler zwischen den Fachabteilungen und der IT“, so Mayer. Der Transformationsexperte Nahed Hatahet ergänzt: „In Workshops haben wir gezeigt, wie die von der Internen Kommunikation definierten Bedürfnisse am besten technisch umgesetzt werden konnten. Als technologische Grundlage und Leitfaden diente das von uns entwickelte HATAHET Workplace Architecture-Modell, das auf jahrelanger Erfahrung fußt und den digitalen Arbeitsplatz der Zukunft ready-to-use zur Verfügung stellt.“

INTEGRATIVES FRONTEND

Ein Highlight der neuen Lösung, die auf SharePoint und Office 365 aufbaut, ist höchstmögliche Usability. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Österreichischen Post können von einem zentralen Zugangspunkt aus auf alle Informationen, Dokumente und Applikationen, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen, zugreifen, ohne dafür die innovative Online-Plattform verlassen zu müssen. „Dieser Ansatz bringt zahlreiche Vorteile: Da hier alle relevanten Informationen über alle Datensilos hinweg an einem Ort vereint sind und stets aktuell gehalten werden, muss die wertvolle Arbeitszeit nicht mit ständiger Suche vergeudet werden – ganz nach dem Motto: Die Daten folgen den UserInnen und nicht umgekehrt“, sagt Product Owner Markus Wizek, ebenfalls von der Internen Kommunikation der Post.

Ein weiterer wesentlicher Vorteil ist, dass das integrierte Frontend einfach strukturiert, meist selbsterklärend und leicht zu bedienen ist, was den Schulungsaufwand auf ein Minimum reduziert. Das gilt beispielsweise für die Collaborations-Tools genau so wie für das Redaktionssystem, das direkt von der Plattform aus bedient werden kann und den rund 50 BereichsredakteurInnen des Unternehmens zur Verfügung steht. Wer jedoch tiefer in die Materie eintauchen will – etwa PoweruserInnen –, der kann jederzeit in die dahinter liegenden Expertensysteme wechseln.

Mit der neuen Lösung verfügen die Mitarbeiterinnen und die Mitarbeiter über ein zentrales Frontend, das auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt ist und auch bei der Selbstorganisation eine wesentliche Rolle spielt. Automatisiert aufgelistet werden etwa die letztgeänderten Dokumente, Aufgaben und Links, die zudem kontextsensitiv sind. Projekt- und Teamsites unterstützen bei der kurz- oder langfristigen Teamarbeit. Der „Über mich“-Abschnitt erleichtert die Suche nach KollegInnen und hilft bei der kontinuierlichen Sichtbarmachung von ExpertInnen in den unterschiedlichsten Bereichen.

OSKAR SOLL AUCH SPASS MACHEN

Die Projektleiterin Miriam Mayer hat früh damit begonnen, der Lösung – ganz im Geiste des Design Thinking – einen Namen und ein unverwechselbares Gesicht zu geben. So einigte man sich auf das Akronym OSKAR, das für „Online Suchen Kommunizieren ARbeiten“ steht. „Wir wollten, dass das neue System nicht nur den Arbeitsalltag

erleichtert, sondern auch Freude bereitet, wenn man in der Früh den Rechner startet. Daher haben wir viel Wert auf ein cooles Design gelegt. Wir haben zudem ein Visual entwickelt – eine Neuinterpretation des traditionellen Postfuchs, der für die neue Arbeitswelt steht, ohne aber das Bewährte komplett über Bord zu werfen“, beschreibt Mayer den kreativen Prozess, der eine wichtige Rolle im Change Management und in der Gewinnung von neuen, jungen MitarbeiterInnen spielt – Stichwort Digital Natives.



„Der Transformationsexperte Nahed Hatahet hat uns dabei unterstützt, unseren eigenen Weg zu finden.“

Miriam Mayer, Interne Kommunikation der Post

Miriam Mayer weist darauf hin, wie wichtig es war, den kreativen Prozess nicht komplett an externe Agenturen auszulagern, sondern

größtenteils im eigenen Haus abzuwickeln. „Damit ist ein Spirit ins Team gekommen, der für hohe Motivation gesorgt hat. Durch den hohen Grad an Eigenverantwortung konnten wir erreichen, dass OSKAR als gemeinsames Projekt wahrgenommen wurde.“

Auch das interne Marketing setzte früh ein und lag in der Verantwortung der Internen Kommunikation. Teaser-Videos, Sticker, Klebetattoos, T-Shirts mit dem OSKAR-Visual und OSKAR Bluetooth-Kopfhörer sorgten für die erste Aufmerksamkeit. Präsentationen auf diversen Veranstaltungen offenbarten Schritt für Schritt die Pläne für den zukunftsweisenden digitalen Arbeitsplatz. „Unsere Aktionen sind noch besser angekommen als erhofft. Am meisten hat mich die Reaktion eines relativ neuen Mitarbeiters gefreut, der sagte: Ich habe das Konzept sofort verstanden und finde es super“, so Miriam Mayer, die ihre Pläne trotz strenger CI-/CD-Vorgaben und ebensolcher Markenpolitik durchsetzen konnte.

Ihr Resümee: „Dank der Unterstützung durch die Firma HATAHET besitzen wir heute den gewünschten digitalen Workplace der Zukunft, der den Arbeitsalltag deutlich vereinfacht sowie die Kommunikation und Zusammenarbeit auf neue Beine stellt. Er ist auch das perfekte digitale Pendant zu unserem neuen Arbeitsplatzmodell mit Shared Desk. Nahed Hatahet hat uns dabei unterstützt, unseren eigenen Weg zu finden.“

Der Arbeitsplatz der Zukunft-Spezialist Hatahet führt den Erfolg des Projekts vor allem darauf zurück, dass es von den Fachabteilungen getrieben wurde und nicht von der IT. „Dies entspricht genau unserem Verständnis von der digitalen Transformation: Technik ist Mittel zum Zweck – nicht mehr und nicht weniger. Die Projektleiterin Miriam Mayer hat zudem überaus professionell demonstriert, wie wichtig und erfolgsversprechend internes Marketing für die Einführung des digitalen Arbeitsplatzes der Zukunft ist. Es macht uns jedenfalls stolz, ein Unternehmen auf dem Weg in das digitale Zeitalter begleiten zu dürfen, dessen DNA seit Jahrhunderten von Innovation geprägt ist.“