

Einreichung zum Staatspreis für Public Relations 2009
in der Kategorie interne Kommunikation

Projekt



**Mit interner Kommunikation trotz schwieriger Zeiten
für eine positive Stimmung und Motivation sorgen.**

Zeitraum: 2008 – 2009

PR-Träger: Otis Österreich GmbH

PR-Agentur: Prima Public Relations und Imagemarketing Agentur GmbH



September 2009

Die Ausgangssituation und der Auftrag

Otis ist der weltweit größte Anbieter von **Aufzügen** und **Fahrtreppen**. Das amerikanische Unternehmen ist in 200 Ländern tätig und beschäftigt 63.000 Mitarbeiter. In **Österreich** zählt Otis mit **500 Mitarbeitern** und **elf Geschäftsstellen** zu den **führenden Herstellern**.

Im Zusammenhang mit dem **europäischen Aufzugskartell** geriet **Otis** 2006/2007 in die **Negativschlagzeilen**: Otis, Kone, Schindler und ThyssenKrupp sahen sich mit dem Vorwurf von Preisabsprachen konfrontiert. Die EU-Wettbewerbskommission verhängte Geldstrafen.

Die Folge daraus war, dass in Österreich zum Jahreswechsel 2006/2007 Geschäftsführung und Managementteam ausgewechselt wurden. **Alexander Kontrus** wurde **neuer Geschäftsführer**. Der damals **35jährige** stellte sich der denkbar schwierigen Aufgabe, Otis wieder auf den Erfolgskurs zurück zu führen.

Zur Bewältigung der Problemsituation wurden gemeinsam mit der PR Agentur Prima, die Otis seit 1994 berät und betreut, zwei PR Ziele für die nächsten Jahre formuliert:

1. **Positives Image von Otis in der Gesamtpfentlichkeit** wieder fördern
2. **Vertrauen der Mitarbeiter in das Unternehmen** wieder herstellen

Prima empfahl, der **internen Kommunikation besonderes Augenmerk** zu schenken und überzeugte damit Alexander Kontrus. In der Mitarbeiterzeitung leitete er die neue Otis Kommunikation ein. *Zitat aus Wir von Otis* im Herbst 2007: „Begeisterte Kunden brauchen begeisterte Mitarbeiter!“

Die Dialoggruppen in der internen Kommunikation

- Mitarbeiter in Wien und in den Bundesländern (Management, Technik, Verwaltung, Vertrieb, Monteure, Hilfskräfte)
- Familien und Pensionisten

Die sieben wichtigsten internen Kommunikationsziele für 2008/2009

Mitarbeiter von Otis

- sind **stolz** darauf, beim weltgrößten Anbieter von Aufzügen und Fahrtreppen tätig zu sein.
- sind **positive Botschafter** für das Unternehmen.
- setzen sich für die **Unternehmensziele** ein.
- **vertrauen** der Geschäftsführung.
- sind mit ihrem **Arbeitsplatz zufrieden**.
- **arbeiten** am **Unternehmenserfolg** mit.
- **identifizieren** sich mit der Unternehmensphilosophie.

Die Strategie

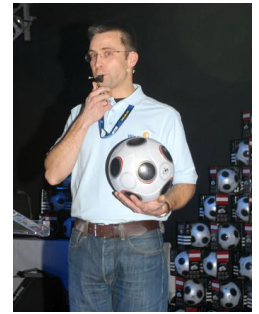
Otis setzt einen **sorgfältig abgestimmten Kommunikationsmix** ein, der die **personelle Vielfalt** im Unternehmen im Hinblick auf Ausbildung und Herkunft berücksichtigt. Arbeiter und Monteure werden in gleicher Qualität informiert wie Führungskräfte und Angestellte in Verwaltung und Vertrieb. Geschäftsführer und Managementteam geben allen das Gefühl der **Zugehörigkeit** und der **Wertschätzung**. **Mitarbeiter** tragen damit ein **positives Bild nach außen** und sind somit auch **wichtige Botschafter** in der Kommunikation **nach außen**.



Die Maßnahmen

2007 – Planung für den Neubeginn

- Eigenes **Logos** für die Maßnahmen der internen Kommunikation und **Relaunch** der **Mitarbeiterzeitung Wir von Otis**.
- Monatlicher **Newsletter** des **Geschäftsführers** in zwei Mutationen: Angestellte und Arbeiter.



Alexander Kontrus

2008 – Wir legen richtig los.

- Mitarbeiterfest **Otis Kick Off** im Jänner 2008 genau 140 Tage vor der Fußball EM ist eine Mischung aus Motivation, Gruppendynamik, Spaß und Zukunftsperspektive. **300 Mitarbeiter** folgen der Einladung des Geschäftsführers.
- **Otis Boutique:** Sporttaschen, T-Shirts, Kappen, Laufjacken, Fußballdressen... werden mit dem neuen Logo Wir sind Otis produziert und den Mitarbeitern zur Verfügung gestellt. Damit erhalten auch die Otis Sportsektionen einen neuen Kick.
- Das neue Bekenntnis zur **Arbeitssicherheit** und **Geschäftsethik** wurde als Kreuzworträtsel mit Gewinnspiel den Mitarbeitern kommuniziert. Poster, von Geschäftsleitung und Managementteam unterzeichnet, machen heute im gesamten Unternehmen sichtbar, dass Arbeitssicherheit und Ethik **gelebt** werden.
- **Mitarbeiter als Markenbotschafter.** 222 Otis Autos der Servicetechniker sind mit Mitarbeiterfotos beklebt und tragen den Spruch „Otis mit Sicherheit besser.“ Mitarbeiter melden sich für die Fotoaufnahmen freiwillig.
- **Schultütenaktion** für die Otis Taferlklassler.
- **Schwarze Bretter** im Unternehmen werden neu gestaltet.
- Alexander **Kontrus** überreicht allen Mitarbeitern **persönliche Weihnachtswünsche** in Form von Schokotalern.

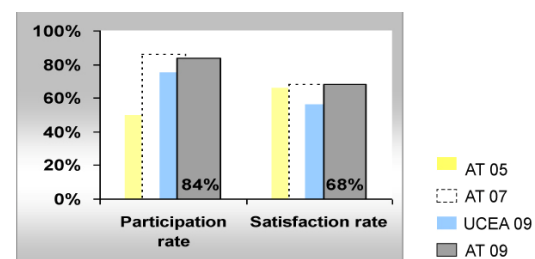
2009 – Aufbruchstimmung hält an. Aktivitäten werden fortgesetzt.

- **Maßnahmen aus 2008:** Mitarbeiterzeitung, Otis Boutique, Otis Autos, Schwarze Bretter, Newsletter des Geschäftsführers, Otis Schultüten **werden fortgesetzt.**
- 2009 steht das Mitarbeiterfest Wir von Otis feiern unter dem Motto – **Hol' dir den Kick.** Bei einer Rätselralley sind Sportsgeist und Spürsinn gefragt. Eine Veranstaltung, die die Stimmung im Unternehmen hebt.
- Das Unternehmen hat sich seit 2007 grundlegend geändert. Bei einem **Workshop** mit dem Otis Management im Juli 2009 werden **CI/CD** gemeinsam mit der PR Agentur Prima überprüft. Derzeit wird an der Kurskorrektur gearbeitet.

Die Evaluierung – Erfolgskontrolle: Mitarbeiterzufriedenheit steigt!

Im Zwei-Jahres-Rhythmus findet bei Otis weltweit eine Mitarbeiterumfrage statt. **Österreich** liegt bei Beteiligung und Zufriedenheit **über dem Konzernwert.** Die Zufriedenheit ist seit 2005/2006 deutlich gestiegen.

Ein weiteres Indiz für die neue Motivation bei Otis: 2009 haben sich erstmals **drei Mitarbeiter freiwillig** gemeldet, um aktiv im **Redaktionsteam** der Mitarbeiterzeitung mitzuarbeiten.



März 2009

Die Zusammenfassung

Die entwickelten Maßnahmen sind nun fixer Bestandteil in der Kommunikation. Der Erfolg hängt dabei von der Kontinuität und der Personalisierung ab. Geschäftsführer Alexander Kontrus ist ein Chef zum Angreifen und steht für Sicherheit, Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Gleichzeitig haben Mitarbeiter eine Bühne (z.B. *Otis Fuhrpark*) und sind stolz, Otis Mitarbeiter zu sein. Sie repräsentieren das Unternehmen nach außen und sind Botschafter für Otis. Gerade ein internationaler Konzern braucht „ein Gesicht“ - intern wie extern.

„Unser Geschäftsmodell und unsere Mitarbeiter – also Sie – lassen mich optimistisch in die Zukunft blicken.“ Zitat Alexander Kontrus Mitarbeiterzeitung Wir von Otis, September 2009.