

Case Study



Kundenprofil

Die Adolf Würth GmbH & Co. KG ist marktführend in Deutschland als Spezialist für Montage- und Befestigungsmaterial wie Schrauben, Dübel, chemisch-technische Produkte, Möbel- und Baubeschläge, Werkzeuge und Bevorratungs- und Entnahmesysteme u.v.m. Würth beschäftigt über 7.000 Mitarbeitende und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2019 einen Gesamtumsatz von knapp über 2 Milliarden Euro.

Technologie



Digitalisierung nach innen: Das neue Intranet der Adolf Würth GmbH & Co. KG

Herausforderung

- Technisch und optisch ein in die Jahre gekommenes Intranet
- Wissen, Dokumente und Informationen sind schlecht auffindbar
- Information der Mitarbeitenden über E-Mail-Newsletter
- Content wird von der IT veröffentlicht
- Nutzung des Intranets bei der Belegschaft sehr gering, kaum Relevanz als Informationsmedium

Lösung

- Optisch ansprechendes Intranet auf Basis SharePoint 2016 als Individualentwicklung
- Templates-Konzept mit über 80 Themenseiten für standardisierte Flexibilität
- Suchbasierte, personalisierte Startseite
- User Generated Content mit einem Kommunikationskonzept und Redakteuren aus Fachabteilungen

Mehrwert

- Junges, attraktives Intranet mit modernen Funktionen für Vernetzung und Collaboration
- Kommunikationszentrale INSIDE löst E-Mail-Newsletter ab
- Neues Redaktionsnetzwerk und neue Prozesse inklusive Qualitätssicherung
- Personalisierung ermöglicht Informationen je nach Job/Interessen zu abonnieren

Wenn der Außendienst von Würth morgens in den Tag startet und den Laptop öffnet, dann werden die wichtigsten Informationen direkt als Push-Nachricht angezeigt. Dieser persönliche Informationsservice ist möglich dank WÜRTH INSIDE, dem neuen Intranet der Adolf Würth GmbH & Co KG.

Wie bei vielen anderen Unternehmen begann auch bei Würth die Digitalisierung zuerst nach außen mit der Einrichtung eines Online-Shops und einer App.

Digitalisierung nach innen

Der hohe Digitalisierungsgrad außen wirkte sich auch nach innen aus und machte umso deutlicher, dass das Intranet von 1995 dringend einer Generalüberholung in allen Disziplinen bedurfte. Neben dem veralteten Design und einer unstrukturierten SharePoint-Datenablage gab es kaum Funktionalität und entsprechend wenig Nutzer. Der Redaktionsprozess war in die IT ausgelagert. Der Startschuss für das Projekt fiel letztendlich 2018. Gemeinsam mit Projektmitgliedern der Würth IT und Steffi Gröscho, Inhaberin der Agentur perlrot, entstand

re Highlights sind die suchbasierte Startseite mit Hub-Charakter und die Möglichkeit für Kurznachrichten aus der Geschäftsleitung und dem Betriebsrat.

„Bei der technischen Umsetzung wurde das Potenzial von On-Prem richtig ausgereizt“, freut sich Urban. „In der Architektur haben wir uns soweit möglich an M365 orientiert.“

(Design + Usability)²

„Doch die beste Technik nützt nichts, wenn Design und Usability der neuen Plattform nicht stimmen“, so Nathalie Laier, Projektmanagerin Social Intranet bei Würth. „Deshalb haben wir die Struktur des neuen Intranets aus User-Brille konzipiert: Wir haben nicht die Organisationsstruktur abgebildet, sondern übergeordnete Themen definiert, die stabilere Container für Informationen darstellen.“

Nadine Völker, Marketing-Spezialistin und Projektleiterin INSIDE, waren neue Kommunikations- und Vernetzungsoptionen wichtig. Die Umsetzung begeistert sie: „Endlich keine E-Mail-Newsletter mehr. Und ich bin großer



“ Wir wollen keinen Dienstleister, sondern einen kompetenten Partner, um ein Intranet für die Bedürfnisse der Adolf Würth GmbH & Co.KG gemeinsam zu entwickeln. Deshalb haben wir uns für die novaCapta entschieden. ”

Ulrike Urban – Würth IT GmbH

im Würth-Projektteam die Masterskizze für das neue Intranet. Für die technische Realisierung suchte man nun nach einem kompetenten Partner mit entsprechendem SharePoint-Know-how. Nach der Vorstellung von novaCapta war klar, dass die Anforderungen der Adolf Würth nicht einfach über ein Template abgedeckt werden können. Zudem war vorgegeben, das Intranet auf Basis von SharePoint 2016 On-Prem zu entwickeln. Wichtig war der Würth IT dabei: „Wir wollen keinen Dienstleister, sondern einen Partner, um ein Intranet für die Bedürfnisse der AWKG gemeinsam zu entwickeln. Deshalb haben wir uns für die novaCapta entschieden.“

Bei dem neuen Intranet wollte die Adolf Würth wenig Kompromisse eingehen und das Ergebnis kann sich sehen lassen: Das Templates-Konzept mit über 80 Themenseiten bietet stabile, aber dennoch flexible Optionen für News- und Informationsseiten, zusätzlich wird mit den Collaboration-Projekträumen auch der Wunsch nach moderner digitaler Zusammenarbeit erfüllt. Weiter-

Fan von den pINs, unserem Kurznachrichtendienst wie Twitter für Geschäfts- und Bereichsleiter. Dieser Service wird gern genutzt und gern konsumiert.“

INSIDE punktet mit einem modernen, attraktiven Design, das sich stark am Online-Shop orientiert und damit direkt ein heimeliges Look & Feel für alle Mitarbeitenden bietet. Mit einem starken Change-Aktionsplan, inklusive INSIDE-Botschafter, wurde das neue Intranet ausgerollt und als das wichtigste Informationsportal kommuniziert. Das hat sich gelohnt, wie die Nutzerzahlen und die Akzeptanz der Services zeigen. Gern genutztes Feature ist zum Beispiel „Marketplace“, die Kleinanzeigen-App fürs Intranet von novaCapta.

Mit den Community-Features, den News-Abos, den Service Links und vor allem den vielfältigen Informationslösungen ist INSIDE auf Basis von SharePoint 2016 On-Prem die richtige Antwort auf die digitale Transformation, die allerorten in der Luft liegt.

novaCapta.de



+49 221 58919-343 • info@novacapta.com

novaCapta Software & Consulting GmbH • Im Mediapark 5c • 50670 Köln



+41 41 392 20 00 • info.schweiz@novacapta.com

novaCapta Software & Consulting Schweiz AG • Industriestrasse 5a • 6210 Sursee