

CNO – NETZWERK 2009



Lehrstellenraum der Post - Auch virtuell eine attraktive Arbeitgeberin

Fallstudie Schweizerische Post

DIE POST 

Inhalt

1	Die Schweizerische Post	4
2	Die Post: Menschen, die bewegen.	5
3	Virtueller Lehrstellenraum	5
4	Erfolgreiche Positionierung als attraktive Arbeitgeberin	8

Im Chief Networking Officer Netzwerk erforschen und entwickeln wir Ideen und Lösungen für ein besseres Verständnis der Anforderungen an die Informatik und der Nützlichkeit der Informatik für das Business. Das Projekt wird getragen von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung.

Mit Chief Networking Officer (CNO) ist jene Person gemeint, die in der Geschäftsleitung die Verantwortung für die Vernetzung des Unternehmens mit Kunden, Lieferanten und Partnern übernimmt. Der oder die CNO unterstützt unternehmensinterne und betriebsübergreifende Geschäftsprozesse mit Informatik und Telekommunikation, damit die beteiligten Mitarbeiter/innen effizient und effektiv zusammenarbeiten können.

Als Sponsoren unterstützen das CNO Netzwerk 2009:

- CSC Switzerland GmbH (www.csc.com/ch)
- Glaux Soft AG – evidence (www.glauxsoft.ch)
- Microsoft Schweiz GmbH (www.microsoft.ch)
- SynSpace AG (www.synspace.ch)
- Software Improvement Group AG (www.sig.eu)
- Swiss Post Solutions AG (www.swisspostsolutions.ch)

Wissenschaftliche Partner des CNO Netzwerks 2009 sind: IOP Universität Bern, IWI Universität Bern; IMH Universität St. Gallen; ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Winterthur; Schmalenbach-Gesellschaft

Verbandspartner des CNO Netzwerks 2009 sind: swiss interactive media association (simsa); SWISS MARKETING, Schweizerischer Marketing Club SMC CMS; Win Link; inno-swiss.com – Innovation made in Switzerland; asut; Security Conference; SWICO

Medienpartner des CNO Netzwerks 2009 sind: Netzwoche; IT Business; inside-it.ch; Marketing & Kommunikation; IT newsbyte.com; ICT in Finance; itnewsbyte.com

1 Die Schweizerische Post

Die Schweizerische Post schafft Wert: Sie handelt nachhaltig für Kunden, Mitarbeitende und die Gesellschaft. Im Unternehmen, das in den Geschäftsfeldern Mail, Güter & Logistics, Dokumentenmanagement, Finanzdienstleistungen und Personenverkehr tätig ist, sind mehr als 58'000 Personen beschäftigt. Davon arbeiten über 8'000 im Ausland. Das moderne und innovative Unternehmen stellt sich vollkommen in den Dienst seiner Kunden.

Die Mitarbeitenden kümmern sich täglich um Briefe, Pakete, Postkonten, Fahrgäste und Schalterkunden: Jährlich werden rund 2,7 Milliarden Briefe und 100 Millionen Pakete verarbeitet sowie 115 Millionen Fahrgäste transportiert. Hinzu kommen 3,3 Millionen Konti, die von der Schweizerischen Post betreut werden.

Mit klaren Grundsätzen nimmt die Schweizerische Post ihre gesellschaftliche und ökologische Verantwortung wahr. Als eine der grössten Arbeitgeberinnen in der Schweiz kümmert sie sich nicht nur um die Anliegen der Mitarbeitenden, sondern ermöglicht insgesamt 1850 Jugendlichen einen Einstieg in die Arbeitswelt.

*Gundekar Giebel,
Leiter Elektronische Medien*



**„Wir bauen unser Online-Angebot laufend aus.
Wir wollen die innovativste Post sein.“**

Die vorliegende Fallstudie beschreibt, wie sich die Schweizerische Post durch den virtuellen Lehrstellenraum als attraktive Arbeitgeberin positioniert. Gleichzeitig stärkt sie mit diesem neuen Online-Auftritt die Arbeitgebermarke und verankert ihr Image als dynamisches und innovatives Unternehmen auch bei den Jugendlichen.

Ansprechpartner	Unternehmen	Funktion
Gundekar Giebel	Die Schweizerische Post Kommunikation	Leiter Elektronische Medien
Tanja Michel	Die Schweizerische Post Personal	Projektleiterin
Dominik Guggisberg, Nicole Scheidegger	sieber&partners AG	Autoren

Abbildung 1: Ansprechpersonen

2 Die Post: Menschen, die bewegen.

Die Schweizerische Post will sich als attraktive Arbeitgeberin positionieren und das Image des modernen, dynamischen und innovativen Unternehmens insbesondere auch bei Schülerinnen und Schülern der 7. bis 9. Klasse transportieren. Diese sollen als Lernende respektive zukünftige Mitarbeitende gewonnen werden. Nach dem erfolgreichen Lehrabschluss beschäftigt die Post neun von zehn an einer Weiterbeschäftigung interessierten Jugendlichen. Gut ausgebildet helfen sie die Zukunft der Post zu sichern.

In den verschiedenen Unternehmensbereichen der Post stehen den Absolventinnen und Absolventen aller Schulstufen 16 verschiedene Berufe in den Berufsfeldern Detailhandel, KV, Logistik, Informatik/Mediamatik und Instandhaltung offen. Die Post bereitet in diesen Grundbildungen die Jugendlichen auf eine erfolgreiche Zukunft vor. Seit 2004 steigt die Zahl der Lernenden stetig: 2010 werden 750 neue Lernende gesucht. Insgesamt arbeiten 1'850 Auszubildende bei der Post, dies entspricht rund 5% des Personalbestands.

Für die Rekrutierung neuer Lernenden ist der Internetauftritt eine zentrale Informationsquelle geworden. Er funktioniert als Türöffner und transportiert das Image der Post massgeblich. Jugendliche Lehrstellensuchende sollen die Post als modernes, dynamisches Unternehmen kennen lernen und zielgruppengerecht angesprochen werden. Bereits vor einem Jahr wurde der Virtuelle Postschalter – eine flashbasierte Navigationsoberfläche mit den wichtigsten Postdienstleistungen – geschaffen. Nun wurde dieser Virtuelle Postschalter mit einem zusätzlichen Raum ausgestattet, der unter anderem über den Hotspot „einen Job finden“ erreichbar ist.

Aufbauend auf der Stärkung des Images und der Arbeitgebermarke sind mit der Schaffung des virtuellen Lehrstellenraums folgende Ziele verbunden:

- Die Jugendlichen sollen schnell, einfach und spielerisch die gewünschten und relevanten Informationen zu den unterschiedlichen Grundbildungen bei der Post sowie zum Thema Berufswahl erhalten.
- Durch den neuen Internetauftritt im Bereich Berufsbildung sollen zusätzliche Jugendliche auf die Post als Arbeitgeberin aufmerksam gemacht und neue Lernende gewonnen werden.

3 Virtueller Lehrstellenraum

Der virtuelle Lehrstellenraum ist flash-animiert und in den Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch verfügbar. Er ist unter anderem über den virtuellen Postschalter erreichbar und entspricht dem von dort bekannten „Look and Feel“.

Die primäre Zielgruppe des virtuellen Lehrstellenraums sind Schülerinnen und Schüler der 7. bis 9. Klasse. Die bereitgestellten Informationen und die zusätzlichen Angebote im Lehrstellenraum bieten aber auch für Eltern, Lehrpersonen sowie BerufsberaterInnen einen Mehrwert.

Der virtuelle Lehrstellenraum begleitet und unterstützt die Jugendlichen bei der Berufswahl. Per Mausclick navigieren sie durch den animierten Lehrstellenraum und stossen so intuitiv auf die gewünschten Informationen (vgl. Abbildung 2).



Abbildung 2: Der Virtuelle Lehrstellenraum der Post.

Das Informationsangebot ist in verschiedene Bereiche unterteilt und jede Zone deckt einen spezifischen Bereich des Berufswahl- respektive Bewerbungsprozesses ab:

- Allgemeine und aktuelle Informationen zu Berufsbildung: Im virtuellen Lehrstellenraum erhalten die Jugendlichen allgemeine Informationen zur Berufsbildung und erfahren Aktualitäten. Zusätzlich werden Informationsveranstaltungen zur Berufswahl und Bildungsmessen beworben. Informationen, Tipps sowie entsprechende Downloads zu Schnupperlehren, zum Bewerben und zu Vorstellungsgesprächen runden das umfangreiche Informationsangebot ab.
- Lehren bei der Post: Kurze Videoclips stellen die 16 verschiedenen Berufe der Post attraktiv vor.
- Freie Lehrstellen bei der Post: Alle Lehrstellen der Post lassen sich über die interaktive Schweizer Landkarte ausfindig machen. Pro Kanton erscheinen die freien und besetzten Angebote. Interessierte finden nebst der spezifischen Stellenbeschreibung weiterführende Informationen sowie das Bewerbungsformular. Zudem kann ein Job-Newsletter abonniert werden (vgl. Abbildung 3).



Abbildung 3: Darstellung der freien Ausbildungsplätze bei der Post.

- Avatare: Im Lehrstellenraum befinden sich zusätzlich fünf Avatare (vgl. Abbildung 4). Diese virtuellen Personen repräsentieren je ein Berufsfeld bei der Post. Durch das Anklicken der Avatare öffnet sich deren Tagebuch.



Abbildung 4: Ein Avatar und „sein“ Tagebuch.

Darin sind einerseits alle berufsspezifischen Informationen strukturiert zusammengefasst, andererseits bereichern Bilder und Zitate von Lernenden das Angebot und bieten einen direkten Einblick in das Unternehmen. Eine innovative Informationssuche; ganz dem Grundsatz folgend, dass im Internet die Zugänge zur gewünschten Information möglichst vielfältig sein sollen.

- „Gamekeller“: Im „Spielekeller“, der durch eine gläserne Bodentüre betreten wird, stehen den Besucherinnen und Besuchern kurzweilige Spiele zur Verfügung, welche die Vernetzung der Spielenden untereinander fördert. Dadurch werden immer mehr Schülerinnen und Schüler auf die Post und die unterschiedlichen Grundbildungen aufmerksam.

*Tanja Michel,
Projektleiterin, Personal, Berufsbildung*



**„Unser virtueller Lehrstellenraum
steht für das Bild der innovativen Post.“**

4 Erfolgreiche Positionierung als attraktive Arbeitgeberin

Die vielen interaktiven Elemente – insbesondere auch mit Hilfe des viralen Effektes der Games – sprechen primär die Jugendlichen an. Die Post profitiert mehrfach vom neu geschaffenen Raum:

- **Stärkung der Arbeitgebermarke:** Der Lehrstellenraum weckt die Neugier der Jugendlichen. Diese Zielgruppe sowie Eltern, Lehrpersonen und BerufsberaterInnen erhalten die gewünschten Informationen zum Berufswahl- und Bewerbungsprozess sowie dem Lehrstellenangebot der Post auf spielerische Art und Weise.
- **Imagetransfer:** Die zeitgemässe Aufmachung des Lehrstellenraums verkörpert das Image und die Werte der Post. Die gewünschte Zielgruppe wird erreicht und erlebt die Post als innovatives, dynamisches und zukunftsgerichtetes Unternehmen.

Der virtuelle Lehrstellenraum sorgt für eine längere Verweildauer auf der Webseite, steigert den Erinnerungswert bei den Jugendlichen und erhöht auch virtuell die Attraktivität der Arbeitgeberin Post.