

SIEMENSWELT goes digital

Print wird zum „analogen Wunschkonzert“

Neue Kommunikationswege geht die Siemens AG, München, mit ihrer seit 1919 erscheinenden Mitarbeiterpublikation. Bis letztes Jahr erschien die Hauptausgabe der Mitarbeiterzeitung zehn Mal jährlich in 102 Ländern, in den sechs Sprachversionen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Portugiesisch und Chinesisch, sowie einer durchschnittlichen Auflage pro Ausgabe von 400.000 Exemplaren. Zudem erschienen vierteljährlich auf Deutsch und Englisch die Sektoren-Ausgaben ENERGY, INDUSTRY NEWS, HEALTHCARE und IN-CONTACT.

In Zusammenarbeit mit ihrem langjährigen Agenturpartner Publicis, München, setzt die Siemens AG für alle weltweiten Mitarbeiter mit PC-Zugang auf ein neues Format: SIEMENSWELT ONLINE, das durch die Integration in das firmeneigene Social Intranet unter anderem den internen Dialog fördern soll. Jedoch erhalten die Siemensmitarbeiter, neben den Werksmitarbeitern, auf Wunsch SIEMENSWELT als Printversion.

CP MONITOR sprach mit Stefan Wimmer, Leiter Internal News & Chefredakteur

SIEMENSWELT bei der Siemens AG, über den Paradigmenwechsel nach über 94 Jahren Print.

CP MONITOR: Wie wurde der Paradigmenwechsel von SIEMENSWELT zu SIEMENSWELT ONLINE angenommen?

Stefan Wimmer: Wir haben sehr viel positive Resonanz auf die Digitalausgabe bekommen. Bislang hatten wir lediglich ein ePaper angeboten und die digitale SIEMENSWELT ist mit ihren interaktiven Elementen und Videos demgegenüber ein völlig neues Erlebnis.

CP MONITOR: Wie viele Artikel und wie viele Videos werden im Schnitt aufgerufen?

Stefan Wimmer: Im Schnitt schauen sich die Mitarbeiter zwischen vier und fünf Artikel pro Ausgabe an. Videos und interaktive Grafiken sind aus den Artikeln aufrufbar und werden derzeit nicht gesondert gezählt.

CP MONITOR: Wie viele Mitarbeiter bestellen nach wie vor eine Printausgabe?



69 Jahre lang erschien die Mitarbeiterzeitung mit dem Titel SIEMENS MITTEILUNGEN

Stefan Wimmer: Wir haben unseren Printbestand von 410.000 Exemplaren auf rund 150.000 reduziert, das schließt aber auch Werksmitarbeiter und Pensionäre mit ein. Grundsätzlich haben weit weniger Mitarbeiter als erwartet noch Print gewählt.

CP MONITOR: Was ist das Besondere bei SIEMENSWELT ONLINE, wodurch unter-

scheiden Sie sich von anderen Industrie-konzernen?

Stefan Wimmer: Der Weg, Print nur noch als Abonnement anzubieten, ist sicher konsequenter als bei anderen Unternehmen. Es gibt aber eine Reihe von Besonderheiten der Online-Ausgabe. Zunächst einmal haben wir mit einem spaltigen Layout und horizontaler Navigation den Magazincharakter betont. Die digitale Ausgabe ist browserbasiert – und dabei rückwärtskompatibel bis Internet Explorer 7 – und sie ist so adaptiv gestaltet, dass sie sich auf verschiedene Bildschirme und Endgeräte anpassen lässt. Sie funktioniert auf einem Tablet genauso gut, wie auf dem PC. Und schließlich integrieren wir unser internes soziales Netzwerk nahtlos in der digitalen Version. Wenn also ein Artikel in der SIEMENSWELT kommentiert und diskutiert wird, finden sie diese Diskussion auch im Siemens Social Network – und umgekehrt. Die Mitarbeiter sollen Teil der SIEMENSWELT sein und daher bringen wir die Themen dorthin, wo die Mitarbeiter sich bereits austauschen. Der nächste folgerichtige Schritt ist die weitere Öffnung nach extern.

CP MONITOR: Gibt es bei SIEMENSWELT ONLINE regionale Unterschiede beziehungsweise regionale Versionen?

Stefan Wimmer: Es gibt die Online-Version in sechs Sprachversionen. Für die deut-



Stefan Wimmer

kam vor drei Jahren zur Siemens AG und leitet dort die Abteilung Internal News, in der die Mitarbeitermedien zusammengefasst sind. Gleichzeitig ist er Chefredakteur der SIEMENSWELT. Wimmer ist Absolvent der Burda Journalistenschule und arbeitete vor seinem Engagement bei Siemens zuletzt als Freiberufler in der Chefredaktion der Kundenzeitschrift FORUM der MLP AG, entwickelte die Neupositionierung der HANDELSBLATT Beilage WEEKEND JOURNAL und trat als Chef vom Dienst dem Austritt der deutschen Ausgabe des Gourmetmagazins FAIRPLAY. Davor konzipierte er als Chefredakteur für die Handelsblatt Beilage gergmagazin und des Wirtschafts Lifestyle-P

schen Kollegen bieten wir zu regionale Themen an. Und für ter der Geschäftsbereiche, vierteljährlich eigene Nachfrage aus den Regio Go Live allerdings regionale Inhalte auf zu publizieren.

CP MONITOR: Di Welt online Intranet s Gibt es

Stefan Wimmer: K

The image shows a grid of article thumbnails from the SiemensWELT magazine. The first large thumbnail on the left features a worker in a hard hat and is titled "Der Dreh mit der Turbine". Below it, the text reads: "Für den Kunden Gascade liefert Siemens eine Gasturbine an die Erdgas-Anlandestation in Lubmin – und hat dabei eine besondere Idee". To the right, there are several smaller thumbnails with titles and brief descriptions:

- Am Anfang war der Stahl:** ThyssenKrupp ist der älteste Kunde von Siemens – Was macht die Beziehung so belastbar?
- In Kontakt mit König Kunde:** 2 Millionen Kunden weltweit vertrauen auf Siemens – und kommen über acht Kanäle mit dem Unternehmen in Kontakt.
- Kundenbeilage:** Wenn Jeruzs Mizerny mit dem Auto in die Innenstadt von Puzman, Zelen, fährt, bekommt er Tickets mit Siemens-Schriftzug.
- Fotowettbewerb:** Gewinnen Sie... Wie digital ist Ihre...
- Siemens-Vertriebsprofis verraten sieben Tricks:** Lernen Sie, wie Sie ein Gespräch zielgerichtet führen und für eine angenehme Atmosphäre sorgen.
- Aus drei...:** Die Teilnehm... Mitarbeiter... noch...
- Das langbeinige Modell:** Was macht ein Schiff auf Stollen? Nicht Öl bohren!
- Sind Siemens-Produkte sicher vor Hackern?:** Interview mit Frances Paulisch, Leiterin der Siemens-Software-Initiative.
- Premiere beim Pressetermin des Jahres:** Zur Jahrespresseterminalestmal auch Siemens-Mitarbeiter eingeladen.

Das vollständige Interview mit Stefan Wimmer lesen Sie in CP MONITOR 1/2014. Bestellen Sie diese oder alle bisher erschienen Ausgaben hier.