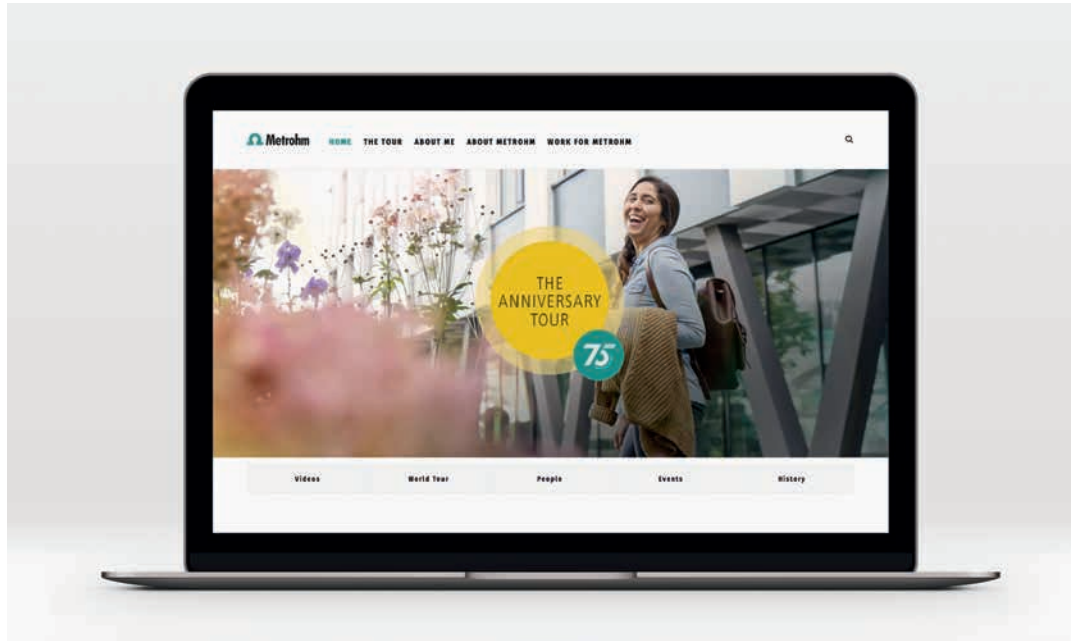


People you can trust



Kunde

Metrohm AG, Herisau/Schweiz

Verantwortlich

Stephanie Kappes

(Scientific Technical Writer/Metrohm Information)

Roman Moser (Marketing Communication Manager)

Agentur

RTS Rieger Team Werbeagentur GmbH, Leinfelden-Echterdingen

www.rts-riegerteam.de

Verantwortlich

Doris Stehle (Beraterin)

Markus Koch (Creative Director Text)

Martin Brunner (Texter)

Sabine Terzoglou (Art Director)

AUFGABENSTELLUNG

Die Metrohm AG ist ein traditionsreiches Unternehmen und einer der weltweit größten Hersteller von Hochpräzisionsinstrumenten für die chemische Analytik. Die Marke ist in über 80 Ländern mit Tochtergesellschaften und Vertriebspartnern präsent. Das Unternehmen hat sich den Claim „People you can trust“ gegeben. Bei Metrohm herrscht tatsächlich auch das persönliche Klima eines Mittelständlers. Gleichzeitig haben die Mitarbeiter und auch die Kunden zu wenig Bewusstsein für die Bedeutung dieser Aussage, für die Internationalität und die spannenden, hochtechnologischen Themen, die das Unternehmen beschäftigen. Man hatte bis dahin nur wenig für die Employer Brand getan, so dass das 75-jährige Jubiläum ein willkommener Anlass war, um aktiv zu werden.

Es ging darum, den Mitarbeitern (und in zweiter Linie auch den Kunden) im Rahmen des Jubiläums zu verdeutlichen, dass Metrohm ein weltumspannendes Unternehmen mit tollen Menschen und innovativen Themen ist. Das Schwierige dabei war, ohne den Einsatz klassischer Medien und mit möglichst viel freiwilligem Engagement und Spaß auf Seiten der Mitarbeiter sicherzustellen, dass möglichst viele erleben können, welch lebendige Kultur das Unternehmen weltweit bietet.

ZIELSETZUNG

Unser wichtigstes Ziel war, alle Metrohm-Mitarbeiter mit PC-Zugang zumindest einmal mit den folgenden Botschaften zu erreichen: Schau mal, in was für einem tollen Unternehmen du arbeitest – was für eine lebendige Kultur dort in allen Teilen der Welt herrscht, was für spannende Produkte wir herstellen und wie sehr sich die Kunden auf unsere Expertise verlassen.

Das Jubiläum sollte auch dazu genutzt werden, die Mitarbeiter stolzer auf das eigene Unternehmen zu machen. Sie sollten ihre Kollegen in aller Welt zum ersten Mal mit einem Gesicht verbinden und sich mit ihnen vernetzen.

Von den 2.500 Mitarbeitern haben 800 keinen Zugang zu einem PC. Unser Ziel lag somit bei 1.700 Mitarbeitern mit PC- und Smartphone-Zugang, die alle mehr oder weniger regelmäßig den Blog besuchen sollten.

STRATEGIE

Wir wollten das 75-jährige Jubiläum nicht nur mit den üblichen Partys begehen. Es war ja klar, dass viele der Mitarbeiter spätestens jetzt endlich mal wissen sollten und wollten, wer denn die ganzen „People you can trust“ weltweit sind. Und wer und was eigentlich hinter dieser Aussage steckt.

Wir suchten also nach einer Kommunikationsform, die aktiviert und involviert. Die zum regelmäßigen Rein-schauen und zum Dranbleiben animiert. Die neugierig auf weiteren Content macht.

Wir wollten die „People you can trust“ endlich mal allen Mitarbeitern auch auf emotionale Art zeigen. Social Media bot sich an – aber einen stinknormalen Blog wollten wir nicht machen. Und alle Länder aufzufordern, selbst Content zu erstellen, war zu zeit-aufwändig und zu kompliziert. Wir wollten die Hoheit über die Sache nicht aus der Hand geben, um auch sicher viel und hochwertigen Content zu bekommen. Darum entstand die Idee „Weltreise“. Und wir fanden eine sympathische Mitarbeiterin, die wir für ein ganzes Jahr losschickten. Mit Handycamera und Computer bewaffnet, bereiste sie die spannendsten Metrohm-Locations in aller Welt. Und machte einen Reiseblog der ganz besonderen

Art daraus. Sie postete über Land und Leute – und über alle Kolleginnen und Kollegen, die sie traf. Sie war auf Veranstaltungen, Incentive-Reisen, in Werkhallen und Labors. Bei ihren Kollegen und deren Kunden. An Universitäten und in Problemvierteln. Daraus entstand ein multimedialer Blog mit Filmen, Texten, Bildern. So entstand Content, der spannender war als eine normale Feier, ein Unternehmensfilm oder eine „75 Jahre Metrohm in aller Welt“-Broschüre.

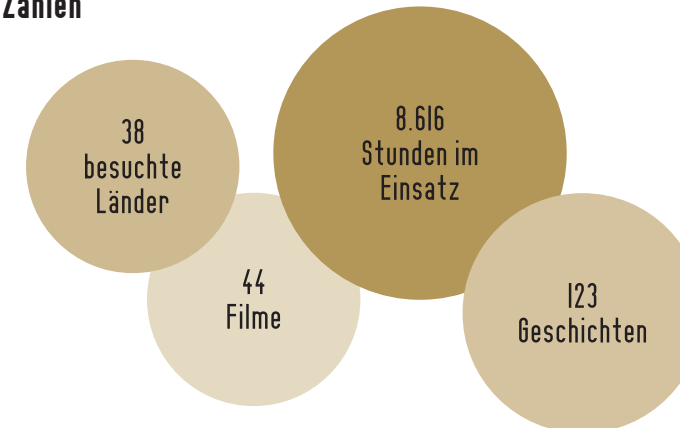
ERGEBNISSE

Über das Jahr 2018 hinweg hatte der Blog mehr als 30.000 Besucher. Die Viewrates reichten bei praktisch allen Beiträgen an die 2.000er-Grenze heran.

Wir erreichten also nicht nur 100% aller Mitarbeiter mit PC-Zugang am Arbeitsplatz (=1.700), sondern zusätzlich auch viele Mitarbeiter, die keinen solchen Zugang haben, sowie nicht wenige Kunden.

Der multimediale Blog wurde darüber hinaus aber auch zu einem Kanal von unschätzbarem Wert für die Identifikation der Mitarbeiter mit Metrohm. Viele sahen in diesem Jahr ihre Kollegen in aller Welt zum ersten Mal und vernetzen sich im Rahmen des Blogs untereinander.

Der Blog in Zahlen



CASE SUMMARY

Metrohm schickte zum 75. Jubiläum eine Mitarbeiterin ein Jahr lang um die Welt, um Mitarbeitern und Kunden die Internationalität und Diversität des Unternehmens auf emotionale Weise näherzubringen. Ihr multimedialer Blog erreichte Viewrates und Besucherzahlen, die das Ziel um 20% übertrafen.

