

BRANCHE: Tabak



# Customer Success Story Imperial Brands

## Wie getAbstract geholfen hat



DURCH DIE LERNAKTION  
IM SOMMER HAT SICH DIE  
ZAHL DER DOWNLOADS  
VON 300 AUF 3.000  
VERZEHNFACHT



MEISTGENUTZTES  
LERNFORMAT BEI  
IMPERIAL BRANDS



INTEGRATION IN DIE  
MOBILE LERN-APP  
DEGREED ERLEICHTERT  
MITARBEITENDEN IN DER  
PRODUKTION UND IM  
VERTRIEB DIE ANWENDUNG



VIELSEITIGE INHALTE  
IN MEHREREN  
SPRACHEN FÖRDERN  
INTERKULTURELLEN  
AUSTAUSCH UND  
INTEGRATION



ERSTKLASSIGE  
ZUSAMMENARBEIT MIT  
EINEM GETABSTRACT-  
CUSTOMER-SUCCESS-  
MANAGER



## „Die Beratung durch die getAbstract-Customer-Success-Manager setzt zweifellos den Goldstandard in puncto Kundensupport.“

**Donna Johnson**

Global Learning Manager, Imperial Brands

### Über Imperial Brands

Imperial Brands PLC ist ein globaler Hersteller von Konsumgütern mit Sitz in Bristol, Großbritannien. Als viertgrößtes internationales Tabakunternehmen der Welt ist es in 120 Märkten vertreten. Imperial Brands beschäftigt weltweit Tausende von Mitarbeitenden.

### Herausforderung

Imperial Brands beschäftigt global rund 25 Lernbeauftragte. Ein wichtiges strategisches Ziel für das L&D von Imperial Brands ist es, so viele Menschen wie möglich mit seinen Lernangeboten zu erreichen – auch Arbeiterinnen und Arbeiter ohne einen festen Internetzugang, die immerhin die Hälfte der Belegschaft des Unternehmens ausmachen. Außerdem sollten Lerninhalte zentralisiert und leichter zugänglich gemacht werden. Donna Johnson, Global-Learning-Managerin bei Imperial Brands, möchte über die Lernangebote auch das Engagement der Mitarbeitenden steigern und diese stärker in die Unternehmensprozesse einbinden. „Wir haben eine stabile Belegschaft mit langjähriger Betriebszugehörigkeit – was ganz eigene Herausforderungen mit sich bringt“, erklärt Johnson. Sie möchte die Mitarbeitenden dazu ermutigen, durch

das Erlernen neuer Fähigkeiten langfristig an ihren Tätigkeiten zu wachsen.

### Wie getAbstract geholfen hat

Die Verantwortlichen für L&D bei Imperial Brands hatten das erklärte Ziel, die Zahl der aktiv Lernenden zu erhöhen. Erreicht haben sie das unter anderem dadurch, dass sie getAbstract-Inhalte über die Degreed-App zugänglich machten. Johnson dazu: „Mitarbeitende in der Produktion können so über ihr Mobiltelefon auf die Buchzusammenfassungen von getAbstract zugreifen, sie während ihrer Pausen lesen oder Audioversionen anhören.“ Der mobile Zugang schafft außerdem niedrigschwellige Lernangebote für die vielen Mitarbeitenden im Vertrieb, die einen Großteil der Arbeitszeit unterwegs auf Kundenbesuchen verbringen. „Alle Lerninhalte sind in mundgerechten Häppchen erhältlich und lassen sich deshalb gut in einen hektischen Tagesablauf integrieren“, fügt Johnson hinzu.

Als im Zuge der Covid-19-Krise viele Angestellte von zu Hause arbeiteten, erweiterte Johnson ihren Anspruch ans digitale Lernen: Sie wollte die Menschen mithilfe digitaler Lernangebote zusammenbringen und sie aus ihrer Isolation herausholen. Der getAbstract-

Sommerlesekalender im ersten Pandemiesommer, bei dem täglich Leseempfehlungen an Abonentinnen und Abonnenten verschickt wurden, trug wesentlich zum Erfolg dieser Strategie bei. „getAbstract kam mit einem großen Silbertablett zu uns – wir mussten es nur noch anschließen und los ging's“, so Johnson. Die Kalenderaktion hat ihre Erwartungen um Längen übertroffen: „Der Sommerlesekalender hat die Zahl der monatlichen Downloads von 300 bis 500 auf 3.000 in die Höhe schnellen lassen – und damit die Nutzungsfrequenz durch eine einzelne Kampagne verzehnfacht.“

getAbstract-Sketch-Notes sind ein weiteres beliebtes Tool, um Lernende bei Imperial Brands regelmäßig an neue Inhalte heranzuführen. Die unterhaltsamen, visuellen Lernreisen in fünf Etappen bringen Mitarbeitende auf spielerische Weise dazu, an jedem Streckenabschnitt eine Zusammenfassung zu einem monatlichen Lernthema zu lesen.

Gegen Ende 2020 lag die Zahl der aktiven getAbstract-Nutzerinnen und -Nutzer um 50 Prozent höher als zu Jahresbeginn. getAbstract-Zusammenfassungen sind inzwischen die am häufigsten konsumierten Lerninhalte im Unternehmen.

An getAbstract-Inhalten schätzt Johnson besonders, wie vielfältig und breitgefächert sie sind: Sie verschaffen den Menschen Zugang zu einem Universum neuer Ideen und Denkweisen. Und obwohl die schiere Zahl an Buchzusammenfassungen in der getAbstract-Bibliothek überwältigend erscheinen mag, fühlt sich Johnson nie allein gelassen mit der Aufgabe, einschlägige Lerninitiativen zu starten: „Die Beratung durch die getAbstract-Customer-Success-Manager setzt zweifellos den Goldstandard in puncto Kundensupport.“



[www.getabstract.com](http://www.getabstract.com)

[corporate@getabstract.com](mailto:corporate@getabstract.com)