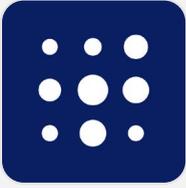


 Staffbase

Next Stop: Brussels Airlines Sherlock-App mit neuer Kommunikations- strategie

brussels 
AIRLINES

Dieser Screenshot wurde aus dem Englischen übersetzt.



3.300
Mitarbeitende



41 Flugzeuge



Flughafen
Brüssel

„Gemeinsam startklar“

Brussels Airlines ist mit 3.300 Mitarbeitenden und über 40 Flugzeugen die größte Fluggesellschaft Belgiens. Viele der über 3.000 Mitarbeitenden haben keinen festen Arbeitsplatz – sie befinden sich in der Luft, auf dem Rollfeld oder am Check-In-Schalter– und haben somit kaum eine Möglichkeit, an interne Informationen ihres Unternehmens zu kommen. Auf der Suche nach einer mobilen Kommunikationslösung wandte sich Brussels Airlines an den weltweit führenden Anbieter für Kommunikationsplattformen – Staffbase. **Karina Arstanova**, Digital Channels Officer, und **Ilse Verhelst**, Internal Communications Manager, verfolgen ein gemeinsames Ziel: Die gesamte Belegschaft genau dort erreichen, wo sie sich derzeit befindet.

Die „*Sherlock*“-App erreicht jetzt endlich alle Mitarbeitenden, egal ob diese gerade auf den Flughäfen, im Büro oder im Flugzeug arbeiten. Gleichzeitig ist die App individuell auf die Bedürfnisse der einzelnen Kolleg*innen zugeschnitten: Ein personalisierter Startbildschirm mit den wichtigsten Inhalten steigert nicht nur kurzfristig das Engagement, sondern modernisiert die gesamte Kommunikationsstrategie des Unternehmens. Ab sofort kann sich das Kommunikationsteam an die hohen Ansprüche der Belegschaft anpassen und jeden Tag die wichtigsten Kennzahlen prüfen. Dank einer offenen Feedback-Kultur und Community-Gruppen wurde das Feedback von den sozialen Medien auf interne Kanäle verlegt und kann nun aktiv beantwortet werden.



Altes Intranet und herkömmliche E-Mails erreichen nicht die mobile Belegschaft

Wie vielen anderen Unternehmen auch fiel es Brussels Airlines schwer, die Belegschaft an ihrem individuellen Arbeitsplatz auf dem Laufenden zu halten. Sowohl das alte Intranet als auch herkömmliche E-Mails konnten die mobile Belegschaft nicht erreichen. Deshalb suchten Karina Arstanova und Ilse Verhelst nach einer mobilen Lösung für die Smartphones der Mitarbeitenden. Diese sollte nicht nur benutzerfreundlich für Redakteur*innen und Nutzer*innen sein, sondern auch moderne Funktionen bieten, um spezifische Informationen nur an diejenigen Personen zu schicken, die diese auch benötigen.

”*Ich kann die Software von Staffbase anderen Kommunikator*innen sehr empfehlen. Für mich hat die Plattform mein berufliches Leben ins Positive verändert, was die Kommunikation angeht. Man kann die Art und Weise, wie wir früher kommuniziert haben, nicht mit der Art und Weise vergleichen, wie wir es heute tun – interaktiv und vernetzend.*“

- Ilse Verhelst, Internal Communications Manager, Brussels Airlines



Ilse Verhelst

Internal Communications Manager
bei der Brussels Airlines



Karina Arstanova

Digital Channels Officer bei der
Brussels Airlines

„Die meisten Kolleg*innen sitzen nicht am Schreibtisch, und haben somit keinen PC-Zugang. Sie sind entweder auf den Flughäfen unterwegs, in der Luft oder sind Zuhause. All das macht es schwierig, sie zu erreichen. Wir brauchten eine mobile Kommunikationsplattform. Das ist die Art und Weise, wie heute kommuniziert wird. Und wir müssen auch auf Unternehmensebene dort sein, wo die Belegschaft kommuniziert,“

erklärt Ilse Verhelst.

Großes Vorbild? Die Lufthansa Cargo!

Bevor sich das Kommunikationsteam der Airline auf die Suche nach einer passenden Plattform machte, sammelte es im Team eine Liste kritischer Anforderungen:

- **Software nach dem Vorbild der Muttergesellschaft Lufthansa:** Die Lufthansa Cargo setzt bereits seit mehreren Jahren Staffbase ein – und das mit Erfolg. Um die Kommunikation zwischen

Mutter- und Tochtergesellschaft zu synchronisieren und von den Erfolgen von Lufthansa zu profitieren, war Staffbase die beste Wahl für das Projektteam.

- **Ausreichend Funktionen verfügbar:** Das Team verglich die App mit anderen Anbietern, einschließlich derer, die von der Schwestergesellschaft Eurowings genutzt werden. Dabei stellten sie fest, dass die verfügbaren Funktionen und die Flexibilität anderer Anbieter zu kurz kamen.
- **Weitere Faktoren:** Wichtig für das Team waren außerdem:
 - ein nutzerfreundliches Design
 - ein nahtloser Authentifizierungsprozess für die Mitarbeitenden
 - eine gute Implementierung des bestehenden Intranets
 - interaktive Mitspracheoptionen für die Belegschaft

„Wir haben uns einige andere Apps für Mitarbeiterkommunikation angesehen. Nachdem wir die Funktionalitäten aller Apps verglichen hatten, erwies sich Staffbase als die beste Lösung für uns.“

– Ilse Verhelst, Internal Communications Manager, Brussels Airlines

Einbindung der neuen App „Sherlock“ in das bestehende Intranet

Ein wichtiger Erfolgsfaktor war die Einbindung des bestehenden Intranets namens „Wats'on Sherlock“ in die neue Mitarbeiter-App. Um die Zusammengehörigkeit beider Plattformen – Intranet und App – zu unterstreichen, hat sich Brussels Airlines dazu entschieden, der bisherigen Linie treu zu bleiben und der App den Namen „Sherlock“ zu geben – angelehnt an das bereits bestehende Intranet. Die Integration beider Plattformen mithilfe von Staffbase erfolgte reibungslos. Um die Einführung eines neuen Tools für alle Beteiligten zu erleichtern, führte das Projektteam gemeinsam mit Staffbase Online-Schulungen für die internen Redakteur*innen durch. Da alle Non-Desk-Worker*innen nun per eigenem Smartphone Zugang zur Kommunikation im Unternehmen haben, wurden einige Richtlinien für den Umgang untereinander in der App geteilt. Dazu gehörten eine Infografik, ein Leitfaden für den „Tone of Voice“ und eine Liste mit häufig verwendeten Begriffen aus der Luftfahrt.

Um alle Mitarbeitenden über die Einführung der neuen App zu informieren, die Neugier auf die neue Plattform zu wecken und die Belegschaft zum Download und zur Anmeldung in der App zu animieren, hat sich das Team eine innovative Launch-Strategie überlegt: Begleitet von Süßigkeiten mit der Aufschrift „Sherlock“ brachten sie an jedem Spind eine Postkarte an, die einen QR-Code zum Scannen enthielt. Mit diesem QR-Code konnten die Mitarbeitenden sofort auf die App zugreifen. Die Belegschaft konnte für die Anmeldung in der App die gleiche Kombination aus

Registrierungszahlen:

über **90%**
der Cockpit-Besatzung

ca. **75%**
des Wartungs- und
Technikpersonals





Benutzernamen und Kennwort nutzen, die sie auch beim Login im Intranet „Wats'on Sherlock“ verwenden.

Neben der Einführung eines mobilen Kommunikationskanals begleitete das Projektteam auch das Rebranding der Fluggesellschaft: So entstand ab Tag eins eine konsistente und wirkungsvolle Kommunikation für die gesamte Belegschaft. Das erzeugte durch ein wiedererkennbares Logo und farblich abgestimmtes Farb- und Bildkonzept nicht nur ein einheitliches Bild, sondern sorgte auch dafür, dass interne Prozesse wie Urlaubsanträge und Krankschreibungen leichter zugänglich gemacht wurden. Ein Schlüsselement spielte für Karina Arstanova hier die Möglichkeit der Personalisierung: Für die verschiedenen Abteilungen wurden unterschiedliche

Startseiten in der App erstellt, um auf die individuellen Herausforderungen und Bedürfnisse einzugehen:

*„Die Kolleg*innen des Bodenpersonals haben eine Startseite mit dem Namen Airport Staff. Die Cockpit-Crew und der Flugbetrieb haben eine Startseite namens Cockpit. Alle sehen die für sie relevanten Informationen zuerst. Dadurch vermitteln wir unserer Belegschaft, dass wir ihr zuhören, dass wir wissen, was sie braucht und was sie will. Die App löst genau die individuellen Probleme, mit denen unsere Mitarbeitenden täglich konfrontiert sind,“*

sagt Karina Arstanova.

Offenes Feedback auf interne Kanäle verlagern

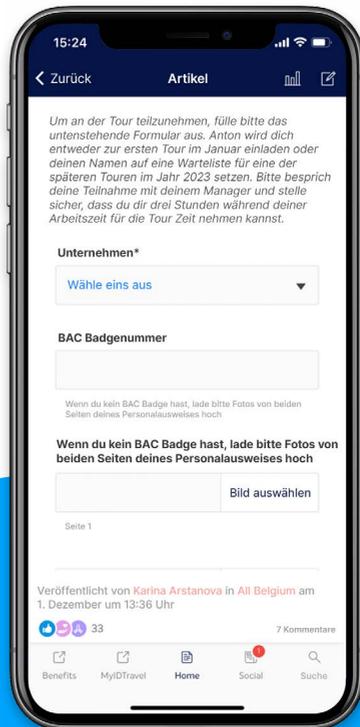
Bereits wenige Monate nach dem Launch sprechen die Zahlen für sich: Nach kurzer Zeit haben sich über 90 Prozent der gesamten Cockpit-Crew und 75 Prozent des Wartungs- und Technikpersonals die App heruntergeladen.

Dank dieser ausgezeichneten Registrierungsrate ist die App zum zuverlässigen Kommunikationskanal geworden. Es können seither alle betrieblichen Ankündigungen, Projektneuheiten und Veranstaltungsinformationen direkt über die App an die Mitarbeitenden kommuniziert werden.



„Sherlock“ verbessert entscheidend die interne Kommunikation

Neben dem generellen News-Kanal in der App stieß auch die Einführung einer Social Wall auf große Begeisterung bei den Kolleg*innen. Ab sofort bietet Brussels Airlines seiner Belegschaft einen digitalen Raum, in dem Gedanken und Gefühle zur täglichen Arbeit, aber auch zu anderen internen Prozessen geäußert werden können. Nun sind kritische und positive Kommentare für das Unternehmen sichtbar und das Kommunikationsteam kann entsprechend darauf reagieren.



Dieser Screenshot wurde aus dem Englischen übersetzt.

Zuvor fand diese Art der Kommunikation ausschließlich öffentlich auf sozialen Netzwerken wie Facebook statt. Die Verschiebung hin zur internen Social Wall fördert also nicht nur das Gemeinschaftsgefühl untereinander, sondern sorgt auch dafür, dass sensible Informationen nicht mehr sofort nach außen dringen. Dank der Social Wall geht die Kommunikation in der Mitarbeiter-App jetzt über die alltägliche Kommunikation hinaus und ermöglicht es allen Mitarbeitenden, Ideen auszutauschen, Fragen zu stellen und berufliche Erfahrungen zu teilen.

„Wir sehen auf einmal, wie sich unsere Belegschaft zusammensetzt, und merken auch, dass die eigene Kommunikation ankommt, da viele sofort auf unsere Beiträge reagieren. Wir können Videos und Bilder hinzufügen. Mit den verschiedenen den verschiedenen Plug-ins, die uns die Plattform bietet, macht es viel mehr Spaß, mit all den Inhalten zu arbeiten, als es früher der Fall war. Das hat meinen beruflichen Alltag komplett auf den Kopf gestellt,“

sagt Ilse Verhelst.

etwa **75%**
des gesamten Unternehmen
sind registriert

The screenshot shows the Sherlock app interface. At the top, there is a dark blue header with the 'Sherlock' logo on the left, a search bar in the center containing 'In Sherlock suchen', and a notification bell and user profile icon on the right. The main content area is divided into three sections: 1. 'Meine News' on the left, featuring a large image of a town hall meeting with the text 'Willkommen zu unserem Town Hall Meeting vom 2. Februar'. 2. 'Meine Quick Links' in the center, displaying a grid of six dark blue buttons with white icons and text: 'Wats'on', 'Stellenangebote', 'Strategie & We...', 'Restaurant', 'Nächste Events', and 'LHG Nachhalti...'. 3. 'Menü' on the right, a vertical list of navigation items with document icons and red notification counts: 'Homepage', 'Social Wall' (1), 'M&E News', 'Cockpit News' (2), 'Cabin News' (3), 'Airport News' (1), 'International Operations News', and 'International Sales News'. Below the 'Meine News' section, there is a section titled 'Interne Unternehmensnachrichten' with a card for 'Mitteilung zum Jahresende von deinem Management Board' dated '23. Dezember um 9:46 Uhr - Interne Unternehmensnachrichten'.

Dieser Screenshot wurde aus dem Englischen übersetzt.

Jeden Morgen frische Kennzahlen prüfen

Der Erfolg lässt sich jedoch nicht nur subjektiv, sondern auch anhand der Analysen innerhalb von Staffbase ablesen – im sogenannten Staffbase Studio. Dies erleichtert eine datengestützte Entscheidung über zukünftige Kommunikationsaktivitäten. Daten, die sich auf Engagement konzentrieren, wie z. B. Log-ins, Öffnungsraten, Beiträge und Likes, helfen dem Kommunikationsteam bei der Anpassung von Inhalten und der kontinuierlichen Verbesserung ihrer internen Kommunikationsstrategie.

„*In der Vergangenheit wussten wir nicht, wie genau Engagement erzeugt und gemessen werden kann. Da wir keine Kennzahlen hatten, waren wir wie blind. Jetzt können wir die Aktivitäten wirklich verfolgen und auswerten. Morgens schaue ich mir als Erstes das Dashboard an und lese alle Kommentare unter den Beiträgen. Das gibt mir ein gutes Gefühl für die Stimmung und Probleme der Mitarbeitenden.*“

- Ilse Verhelst, Internal Communications Manager, Brussels Airlines

Von LGBTQ+-Gruppen und Formularen – die Zukunft der „Sherlock“-App:

Das Team führte testweise eine Gemeinschaftsgruppe innerhalb der „Sherlock“-App für die LGBTQ+-Community bei Brussels Airlines ein. Die Gruppe wurde schnell zum Selbstläufer und die Community nahm diese Austauschmöglichkeit dankend an.

Aufbauend auf diesem Erfolg plant Brussels Airlines, weitere Community-Gruppen innerhalb der App einzurichten. Zudem wollen sie innovative Tools wie Formulare einführen, die das Engagement weiter verbessern sollen.

„*Wir sehen, dass die Beteiligung an den Formularen wirklich hoch ist. Diese nutzen wir für interne Veranstaltungen, wie z. B. Betriebsfeiern, Führungen durch unsere Betriebsstätten (Flughafen, Wartungshallen, Aufenthaltsräume) und das Sammeln von Feedback. Als Nächstes wollen wir sehen, wie wir weitere Instrumente einsetzen können, um unsere Belegschaft noch stärker in unsere Kommunikationsaktivitäten zu integrieren,*“

sagte Karina Arstanova.



Staffbase
campus

Dürfen wir vorstellen?
Der Staffbase Campus
– unsere neue On-
Demand-Lernplattform
für Kommunikationsfans

ZUM ERSTEN KURS

<https://campus.staffbase.com/page/de>



Willst du wissen, wie die Staffbase Plattform konkret aussieht und was sie kostet?
Dann buche dir jetzt einen kostenlosen Kennenlerntermin. Wir schauen gemeinsam ganz unverbindlich, wie du deine Kommunikationsziele in Zukunft erreichst.

Demo vereinbaren

 Staffbase