



DAS GROSSE BUCH DER MITARBEITER- APPS

Praxisbeispiele aus allen Branchen

*Für euch Kommunikator*innen, denn gute
Kommunikation erzählt gute Geschichten.
Danke an alle, die ihre mit uns geteilt haben.*

Euer Staffbase-Team

Impressum:

Gedruckt von Staffbase GmbH, 5. Auflage, 2024

Editors:

Tabea Dörr, Bianca Dumschat, Lena Georgsson, Dominik Hemeli,
Dr. Juliane Kiesenbauer, Jenny Köhler, Lena Kuchenbecker,
Sina Kaye Lockley, Lisa Mühsig, Theresa Oertel, Tina Recknagel,
Philipp Scherber, Dominik Wahrlich, Ulrike Weber

Design:

Kseniia Loos, Vanessa Willmann



Frank Wolf,
Chief Strategy Officer und
Mitgründer von Staffbase

Interne Kommunikation verändert sich!

„Kommunikation muss mehr kosten als eine kleine Laborzentrifuge.“

Was Journalist Ranga Yogeshwar in einem Online-Interview der ZEIT über die Kommunikation der Wissenschaft mit der Gesellschaft gesagt hat, könnte auch für unseren Blick auf die interne Kommunikation nicht zutreffender sein. Es geht um ein oft zu knappes Budget, zu viel Arbeit für kleine Kommunikationsteams oder Einzelkämpfer*innen und mangelnde Anerkennung. Guter Kommunikation wurde und wird in vielen Bereichen noch immer zu wenig Bedeutung zugeschrieben.

Deshalb setzen wir mit mehr als 2.200 Organisationen weltweit deren Wunsch nach erfolgreichen Kommunikationsplattformen und Mitarbeiter-Apps in die Tat um. Dieses Buch ist die bis dato größte Sammlung von Praxisbeispielen. Es gibt Einblick in Unternehmen, die es geschafft haben, ihre Mitarbeitenden in den Mittelpunkt der internen Kommunikation zu stellen und zuverlässig zu erreichen. Wo sonst kommt eine Botschaft besser an als auf den Smartphones der Mitarbeiter*innen, direkt neben den gewohnten Apps wie Instagram und YouTube? Damit gehören die Unternehmen auf den folgenden Seiten zu den exzellenten Beispielen der Branche, wie die Studie „Benchmarking digitale Mitarbeiterkommunikation“ der Universität Leipzig zeigte.

Das vorliegende Werk wird laufend um neue Fallbeispiele aus verschiedenen Branchen ergänzt und ist als Printausgabe sowie digital verfügbar. Wir bedanken uns bei allen Unternehmensvertreter*innen für die gute Zusammenarbeit und wünschen dir eine spannende Lektüre!

Inhaltsverzeichnis

Produktion

Audi Brussels	12
BLANC & FISCHER Familienholding	14
eins energie in sachsen GmbH & Co. KG	16
HACO Holding AG	18
Heraeus Holding GmbH	20
Hüttenwerke Krupp Mannesmann GmbH	22
KNIPEX-Werk C. Gustav Putsch KG	24
MAN Truck & Bus SE	26
Plasser & Theurer, Export von Bahnbaumaschinen GmbH	28
Stieglbrauerei zu Salzburg GmbH	30
Viessmann Group	32
Vöslauer	34
Volkswagen Sachsen GmbH	36
Weber Food Technology GmbH	38
Wieland Group	40

Logistik & Transport

DHL Group	44
ISD - Immobilien Service Deutschland	46
Lufthansa Cargo AG	48

Baugewerbe

AD Construction	52
i+R Gruppe	54
Firmengruppe Max Bögl	56
ROSSKOPF + PARTNER AG	58
Sampson Construction	60



Gesundheitswesen

Diakonie-Klinikum Stuttgart	64
Fürst Donnersmarck-Stiftung zu Berlin	66
Iredell Health System	68
Lahn-Dill-Kliniken	70
NÖ Landesgesundheitsagentur	72
Paracelcus-Kliniken Deutschland	74

Verkehrsunternehmen

AeroGround Flughafen München GmbH	78
Berliner Verkehrsbetriebe BVG	80
Flughafen Düsseldorf GmbH	82
Verkehrsbetriebe Hamburg-Holstein GmbH	84

Finanzwesen & Kundenberatung

CommuniGate	88
Debeka Gruppe	90
DSV Gruppe (Deutscher Sparkassenverlag)	92
Evangelische Bank eG	94
Expense Reduction Analysts	96
Hamburger Sparkasse	98
Sparda-Bank Berlin eG	100
SV Sparkassenversicherung	102
Telekom MMS	104
Volksbank Chemnitz eG	106
Volksbank eG - Die Gestalterbank	108
Württembergische Versicherungen	110

Dienstleistungsanbieter

BASELABS GmbH	114
Bavaria Film GmbH	116
EQOS Energie Deutschland GmbH	118
Hausbetreuung Attensam GmbH	120
Intelligent Office UK	122
Leadec	124
Stadtwerke Konstanz GmbH	126
Telekom Kundendienst	128

Einzelhandel

Breuninger GmbH & Co.	132
Chicorée Mode AG	134
Paulaner Brauerei GmbH & Co. KG	136
Ziggo Service BV	138

Beispiele aus weiteren Branchen

Großhandel: BayWa AG	142
Großhandel: Frauenthal Handel Gruppe	144
Hotelbranche: Hilton International Wien GmbH	146
Hotelbranche: Newport Harbour Corporation	148
IT-Unternehmen: Staffbase GmbH	150
Marketing-Agentur: act.3	152
Non-Profit-Organisation: Peaks & Plains Housing Trust	154
Non-Profit-Organisation: Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG)	156
Öffentliche Verwaltung: Stadt Chemnitz	158
Politische Organisation: CDU Hessen	160

Wissenswertes

Instrumente für die interne Kommunikation	164
App-Anbieter im Vergleich	174
Was muss bei der Einführung einer Mitarbeiter-App beachtet werden?	176
Datenschutz und Betriebsrat: Darauf musst du achten	184
BYOD: Warum Mitarbeiter*innen ihre eigenen Geräte nutzen sollten	188
11 Erfolgsfaktoren für die eigene Mitarbeiter-App	192

Über Staffbase







Einblicke in moderne Mitarbeiter-Apps

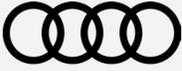
Produktion

Fast sechs Millionen Menschen in Deutschland arbeiten im produzierenden Gewerbe. Die meisten davon nicht an einem Schreibtisch, sondern in der Fertigungshalle, im Lager, in Werkstätten oder direkt bei der Kundschaft. Und genau da liegt das Problem: Sobald die Mitarbeiter*innen keinen Zugang zu Computern haben, sind sie in vielen Fällen auch von der Kommunikation des Unternehmens abgeschnitten. Es bilden sich Silos und durch das Ungleichgewicht der Informationsverteilung herrscht oft Unzufriedenheit. Laut einer Studie von Gallup¹ fühlen sich nur 25 Prozent der Mitarbeiter*innen in der Industrie eingebunden und sind motiviert bei der Arbeit.

Neben der reinen Top-Down-Kommunikation durch Management und Kommunikationsabteilung gibt es auch bei der operativen Kommunikation innerhalb der Abteilungen Nachholbedarf. Die Schichtänderung am Schwarzen Brett haben vielleicht nicht alle gesehen, die Mitarbeiter*innen müssen für Urlaubsanträge erst zur Teamleitung laufen und Stundenzettel müssen aufwendig angefordert werden. Ein weiteres Manko der analogen Kanäle und des typischen Top-Down-Ansatzes: Die Mitarbeiter*innen haben keine Gelegenheit, sich an der Kommunikation zu beteiligen oder Feedback zu geben. Die Lösung? Mobile Kommunikationsplattformen! Wie der mobile Ansatz umgesetzt werden kann, liest du im folgenden Kapitel an den Beispielen von Heraeus, der Stieglbrauerei und vielen anderen.

1. Gallup State of the American Workplace Report, 2017, online verfügbar unter <https://staffba.se/gallup>





Audi
Brussels

Audi Brussels

„Vorsprung durch Technik“

The screenshot displays the 'myAudiBrussels' app interface. At the top, there is a search bar and the text 'myAudiBrussels'. Below this, the main content is divided into two sections. On the left, under the heading 'Notre nourriture', there is a menu for 'DAGSCHOTELS / PLATS DU JOUR' with columns for 'AUDI' and 'EXTERN'. The menu items include 'Dagsschotel - Plat du jour', 'Wellness menu', 'Signature 1 - Signature 1', 'Signature 2 - Signature 2', 'Signature 3 - Signature 3', 'Grill', 'Kroket schotel - Plat froid', 'Grooten per 100g - Lézenes per 100 g', 'Portie aardappelen - Pommes de terre', 'Supplement vlees/vis/omroep', 'Supplement vlees/vis/omroep/volaille', and 'Large menu / Menu large'. On the right, under 'Navigation', there is a 'News' section with a list of items: 'Notre nourriture', 'Notre usine', 'Notre Groupe', 'HR Info Ouvriers', 'Nos outlets audi', 'Nos gens', 'Notre e-tron', 'Notre mobilité', 'Notre santé', and 'Nos postes vacants'. Below the list is a social media post from 'myAudiBrussels' titled 'Les premières 600 e-tron Sportback embarquent pour la Chine'. The post includes a photo of a car and text in French: 'Le marché chinois attend la nouvelle Sportback. En même temps, les exigences chinoises compliquent les choses. Un défi de plus pour Audi Brussels, relevé...'. The post has 68 likes and 7 comments. At the bottom of the app interface, there is a 'Vendredi 30 octobre: la direction informe' section with a date and time: 'October 30 at 2:00 pm - Notre usine'.



ca. 4.000



Brüssel,
Belgien



1 Standort



Birgit Peters,
Interne Kommunikation

“ Die App My Audi Brussels ist nicht mehr wegzudenken. Sie ist zur Referenz geworden und tut unserem Unternehmen gut. Die Information zirkuliert schnell und erreicht alle gleichzeitig. Dieser Mehrwert hat sich besonders während der Corona-Zwangspause gezeigt, in der sie die Verbindung zwischen den Mitarbeitern aufrechterhielt. Auch für uns Redakteure ist die App durch ihre Benutzerfreundlichkeit ein Segen.“



My Audi Brussels seit Februar 2017

Herausforderung

„Vorsprung durch Technik“ – hinter diesem Motto verbirgt sich für Audi Brussels der stetige Wunsch nach Innovation in allen Unternehmensbereichen. Im Werk in Brüssel fertigen ca. 4.000 Mitarbeiter*innen u. a. das Elektroauto Audi e-tron. Um solche innovativen Projekte zu unterstützen, nutzen Automobilhersteller bereits seit einigen Jahren interne soziale Netzwerke, die den Wissensaustausch fördern und eine Lernkultur etablieren. Oft wurden diese Instrumente jedoch nur von einem Bruchteil aller Mitarbeiter*innen verwendet. Das wesentliche Konzept mobiler digitaler Kommunikationswerkzeuge ist hingegen, die gesamte Belegschaft erreichen zu können. Das kam bei Audi Brussels zu kurz.

Lösung

Um dem Innovationsgedanken auch intern treu zu bleiben, hat das Produktionswerk in Brüssel deshalb die Mitarbeiter-App *My Audi Brussels* eingeführt. Die App wird für eine Vielzahl praktischer Anwendungen genutzt, die alle auf eine verbesserte Mitarbeiterkommunikation und mehr Transparenz abzielen: News, Veranstaltungen, Kommentare, Likes, Chat und eine Rubrik „Sag wie du dich fühlst“, welche für einen kurzen Pulse-Check dient. All diese Funktionen tragen dazu bei, auch in der internen Kommunikation durch technische Neuerungen den Vorsprung gegenüber Konkurrenten weiter auszubauen.

Ergebnisse

Ein einheitlicher Kommunikationskanal ist die Grundlage für eine gute interne Kommunikation. Weiterhin ist Audi davon überzeugt, dass die Mitarbeiter-App es ihnen ermöglicht, die Mitarbeiter*innen dabei zu unterstützen, ihr volles Potential auszuschöpfen und sie so in ihrer Entwicklung zu fördern. Der neue Kanal ermöglicht es allen Mitarbeiter*innen, neue Ideen einzubringen, egal ob aus dem Büro, dem Außendienst, der Fabrikhalle oder anderswo. Der Kommunikationsabteilung ist bewusst, dass nicht nur die Autos der Zukunft miteinander verbunden sein müssen, sondern auch die Menschen, die sie herstellen. Auf diese Weise ist Innovation im ganzen Unternehmen möglich, sodass man dem Motto „Vorsprung durch Technik“ gerecht werden kann.

BLANC & FISCHER Familienholding

Eine App für die ganze Belegschaft – und doch für jede Mitarbeiter*in besonders



ca. 8.300



Oberderdingen,
Deutschland



56 Standorte
in 23 Ländern



Robin Dehm,

Verantwortet als Projektleiter die Ausweitung auf weitere Teilkonzerne

“ Die App bietet aus meiner Sicht ein ungemeines Potenzial – sie ist ein zielgerichtetes, flexibles, einfaches und sehr schnelles Tool, das auch im HR-Bereich sehr hilfreich ist. Die App unterstützt uns, das Unternehmen noch näher an die Mitarbeiter*innen zu bringen und die Mitarbeiterbindung damit nachhaltig zu verbessern.“

Herausforderung

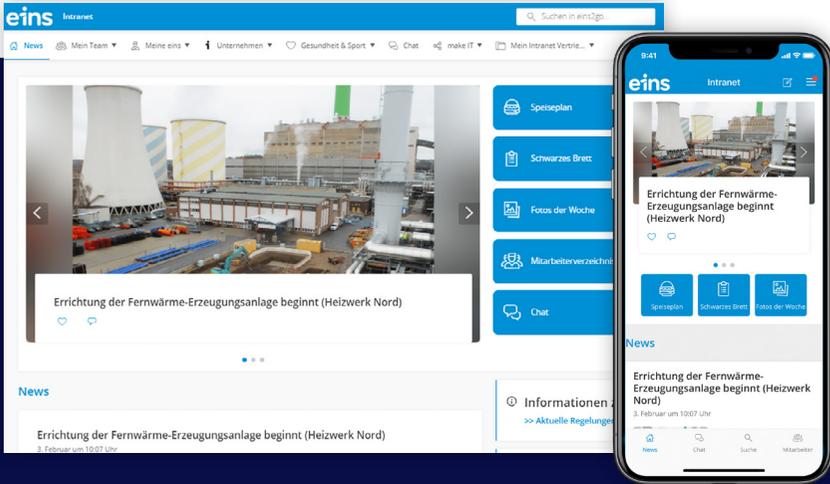
Die BLANC & FISCHER Familienholding prägt den Lebensraum Küche weltweit. Zur Unternehmensgruppe gehören der französische Spezialist für Kochfelder mit verschiedenen Beheizungsarten und Dunstabzüge ARPA, der Spezialist für den Wasserplatz in der Küche BLANCO, der Produzent von Investitionsgütern für Großküchen und Zulieferer der Industrie BLANCO Professional, der interne Dienstleister für IT und übergeordnete Funktionen BLANC & FISCHER Corporate Services, der italienische Gaskomponentenhersteller DEFENDI sowie der Komponentenzulieferer für Hersteller von Hausgeräten E.G.O. Insgesamt beschäftigen diese Unternehmen rund 8.300 Mitarbeiter*innen in 23 Ländern und an 56 Standorten weltweit. 2019 erwirtschaftete die Gruppe einen Umsatz von rund 1,2 Mrd. Euro. Die Holding ist zu 100 Prozent im Besitz der Familien Blanc und Fischer.

Lösung

Der Erfolg der App in der E.G.O.-Gruppe führte dazu, dass weitere Teilkonzerne von der Idee einer gemeinsamen Mitarbeiter-App in der Unternehmensgruppe überzeugt wurden. Jeder Teilkonzern hat eine individuelle Startseite im jeweiligen Corporate Design. So erhält jede Mitarbeiter*in individuelle Nachrichten über den eigenen Standort, je nachdem zu welchem Teilkonzern man gehört. Dennoch gibt es auch Bereiche in der App, auf die alle registrierten Mitarbeiter*innen des Konzerns zugreifen können. Dazu zählen beispielsweise News-Kanäle mit Corporate Informationen, Updates der Geschäftsführung und einheitliche Personalmanagement-Tools. Außerdem können alle das Telefonbuch sowie die Chat-Funktion nutzen, sodass der Austausch untereinander über Landesgrenzen und Teilkonzerne hinweg gepflegt werden kann.

Ergebnisse

Mit *myB&F* hat die BLANC & FISCHER Familienholding ein zielgerichtetes, flexibles, einfaches und schnelles Tool eingeführt, das nicht nur Mitarbeiter*innen eines Standortes untereinander vernetzt und darüber hinaus für einen Austausch der Mitarbeiter*innen über Standortgrenzen hinweg sorgt, sondern mit integrierten Personalmanagement-Services wie der Arbeitszeiterfassung auch der Personalabteilung unter die Arme greift.



ca. 1.100



Juliane Unfried,
Interne Kommunikation



Chemnitz,
Deutschland



ca. 15 Standorte

„Nachdem wir 2018 unsere Mitarbeiter-App eins2go eingeführt hatten, erweiterten wir sie 2020 zum vollwertigen Intranet. Dadurch fiel die aufwendige Doppelpflege der Inhalte weg und alle Kolleg*innen – ganz gleich ob mit oder ohne PC-Arbeitsplatz – können seitdem jederzeit vollumfänglich auf alle Informationen zugreifen.“

eins2go

März 2018

Herausforderung

eins energie in sachsen ist ein Komplettanbieter für Strom, Erdgas, Internet, Wärme, Wasser und Energiedienstleistungen mit Hauptsitz in Sachsen. Im März 2018 hat das Unternehmen gemeinsam mit Staffbase die Mitarbeiter-App *eins2go* eingeführt, um die Unternehmenskommunikation zu erleichtern. Das Ziel war es, mit dem neuen Kommunikationstool die rund 300 Angestellten ohne ständigen PC-Arbeitsplatz, wie beispielsweise Gasnetz-Arbeiter*innen und Mitarbeiter*innen in Elternzeit, zu erreichen. Dieses Ziel wurde zwar mit der mobilen Lösung erreicht, das alte Intranet auf TYPO3-Basis bestand zunächst aber weiterhin, was eine mühsame Doppelpflege der Inhalte bedeutete.

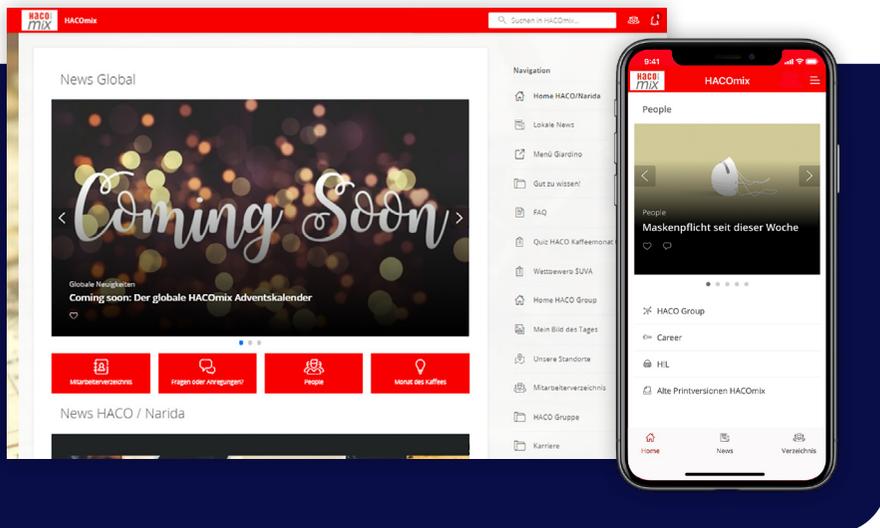
Lösung

Im September 2020 erweiterte eins energie in sachsen die *eins2go*-App deshalb um ein neues Intranet. Die neue Komplettlösung unter dem Namen eins-Intranet enthält wichtige Informationen wie Neuigkeiten von der Geschäftsführung und interne Stellenausschreibungen. Einige Abteilungen haben separate Bereiche innerhalb der Plattform, auf die nur die zugeordneten Mitarbeiter*innen zugreifen können. So wird sichergestellt, dass alle nur Inhalte sehen, die für sie relevant sind. Über Likes und Kommentare, Kurzumfragen, die „Fotos der Woche“ und das Schwarze Brett kann sich die gesamte Belegschaft einbringen. Besonders schön für das Team der internen Kommunikation: Es gibt keine Doppelpflege mehr. Inhalte können über ein zentrales Content-Management-System ausgespielt werden. Dabei kann für jede Nachricht individuell entschieden werden, ob diese nur für die App, das Intranet oder für beide Kanäle relevant ist.

Ergebnisse

Das eins-Intranet inklusive Mitarbeiter-App *eins2go* hat sich als zentraler und digitaler Treffpunkt bei eins energie in sachsen etabliert, der alle Unternehmensbereiche und Standorte sowie Kolleg*innen erreicht. Die Plattform ermöglicht den Austausch untereinander und trägt zum Erhalt der Mitarbeiterbindung und des Gemeinschaftsgefühls bei. Die Beliebtheit des Intranets unter den Nutzer*innen ist nicht zuletzt in den Zahlen erkennbar, denn seit 2021 sind 99 Prozent der Kolleg*innen angemeldet. Die tägliche Nutzungsrate an Wochentagen liegt bei circa 74 Prozent.

Vom Mitarbeitermagazin zur mobilen App – so schaffte die HACO Gruppe den Übergang



ca. 1.400



Gümligen,
Schweiz



11 Standorte auf
3 Kontinenten



Victoria Gasser,
Unternehmenskommunikation

“ Alle Mitarbeitenden aller Tochtergesellschaften auf drei Kontinenten erreichen zu können, stellt eine echte Herausforderung dar. Die App bietet eine Möglichkeit, das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der HACO Holding zu stärken, da ein gemeinsamer Nenner geschaffen wurde.“



HACOMix App

seit August 2018

Herausforderung

Die HACO Gruppe stellt an 11 Produktionsstandorten weltweit kulinarische Produkte wie Kaffee, Würze, Savoury und Getreideriegel her. Im Jahr 1949 erschien bei HACO die erste Mitarbeiterzeitung, die sich über die Jahre häufig neu erfunden hat, aber mit zunehmendem Wachstum nicht mehr alle Mitarbeiter*innen zeitnah mit ausreichenden Informationen versorgen konnte. Zudem war die von Geschäftsleitung und Belegschaft gewünschte Interaktivität mit dem Print-Medium nur sehr eingeschränkt möglich.

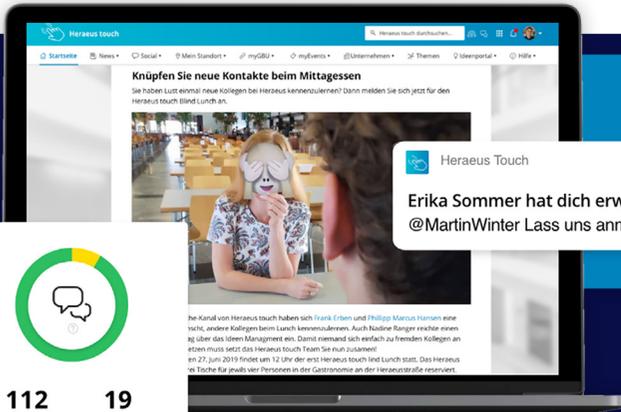
Lösung

Die interne Kommunikation wollte deshalb die Mitarbeiterzeitung und damit das Leitmedium ihrer internen Kommunikation in die digitale Welt verlagern. Mit Hilfe einer Mitarbeiter-App können heute alle Kolleg*innen weltweit auf lokale und globale Nachrichten zugreifen. So kann die Belegschaft deutlich leichter und häufiger miteinander interagieren. Innerhalb der App werden Events organisiert, zu Challenges oder Gewinnspielen eingeladen oder über interne Themen informiert und diskutiert. Außerdem gibt es einen CEO-Kanal, in dem die gesamte Belegschaft offene Fragen an die Geschäftsführung stellen kann. Auch Pensionierte haben einen Zugang für die App erhalten, um weiterhin alles über ihren ehemaligen Arbeitgeber zu erfahren und sich neuerdings auch mit Kolleg*innen anderer Standorte auszutauschen.

Ergebnisse

Heutzutage ist die App ein Medium der internen Kommunikation der HACO Gruppe, das jede dritte Mitarbeiter*in mindestens wöchentlich nutzt. Über die Hälfte aller Nutzer*innen greifen dabei über das Smartphone auf die App zu. Damit ist das neue Instrument im Vergleich zum alten Mitarbeitermagazin nicht nur reichenweitenstärker, sondern erlaubt einen zeit- und ortsunabhängigen Zugang zu Informationen.

Mobiles Intranet bei
Heraeus begeistert
15.000 Mitarbeiter*innen



ca. 15.000



Hanau,
Deutschland



ca. 80 Standorte
weltweit



René Weiss,
Head of Content & Editorial

“ Mit Heraeus touch haben wir die interne Kommunikation im Unternehmen einen großen Schritt voran gebracht. Durch die App erreichen wir unsere Mitarbeiter*innen nicht nur schneller und sehr viel breiter, sondern konnten auch die Interaktion deutlich erhöhen.“



Heraeus touch

seit April 2018

Herausforderung

Heraeus ist ein Industriekonzern mit Produktionsstätten in der ganzen Welt. Durch das breite Portfolio des Konzerns und die vielen Mitarbeiter*innen aus diversen Fachbereichen ist die Geschäftsstruktur bei Heraeus sehr komplex. Diese Komplexität stellt das Team der Kommunikationsabteilung vor eine herausfordernde Aufgabe: Es müssen nicht nur verschiedene Sprachen bedient, sondern auch kulturelle Unterschiede berücksichtigt werden. Insbesondere die Angestellten, die in der Produktion, Logistik oder im Labor arbeiten, sollten endlich genauso gut erreicht werden, wie diejenigen im Büro mit eigenem Computerarbeitsplatz. Die zentrale Frage für Heraeus lautete: Wie erreicht man die gesamte Belegschaft mit relevantem und individualisiertem Content?

Lösung

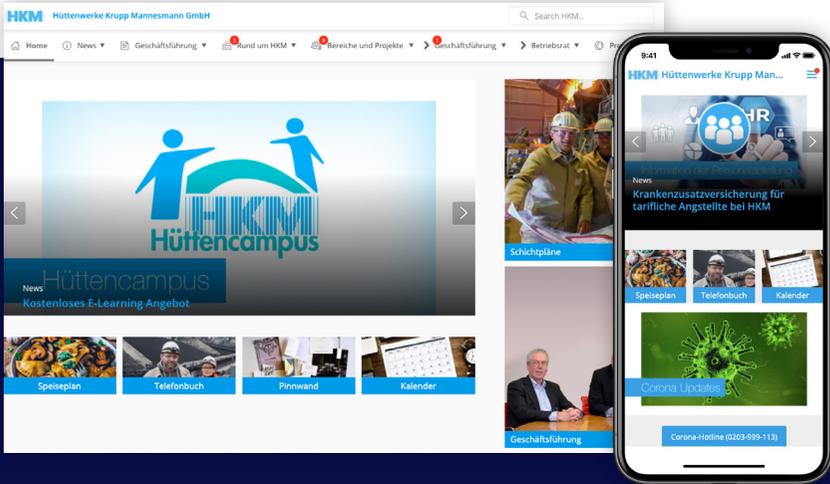
Dafür hat Heraeus eine Mitarbeiter-App eingeführt, die sowohl von Mitarbeiter*innen im Büro als auch in den Produktionsbereichen genutzt werden kann. Mit der Plattform konnte ein neues und zeitgemäßes Instrument eingeführt werden, welches heute der tägliche Einstiegspunkt der Heraeus-Belegschaft an ihren PCs, aber auch mobil über ihre dienstlichen oder privaten Smartphones ist. Egal, ob die Kommunikationsabteilung einen Beitrag zu aktuellen Geschäftszahlen, ein Mitarbeiterporträt oder eine dringende Info zu einem Störfall an einem Standort veröffentlicht – *Heraeus touch* ist der perfekte Kanal für alle Botschaften der internen Kommunikation.

Ergebnisse

Die Tatsache, dass in jedem Kanal und unter jedem Beitrag Kommentare abgegeben werden können, ermutigt die Mitarbeiter*innen dazu, Fragen zu stellen und mit anderen zu diskutieren. Seit der Einführung der Plattform hat Heraeus dort über 12.000 aktive Nutzer*innen, mehr als 11.000 Kommentare und 80.000 Likes sowie über 12 Millionen Aufrufe der Startseite. Doch auch finanziell war die Einführung der App für das Unternehmen ein voller Erfolg: allein durch die Einstellung der Mitarbeiterzeitung werden jährlich 125.000 Euro gespart, plus die Summe für die Gebühr des alten SharePoint-Intranets. Die ganze Erfolgsstory gibt es unter dem Link stafiba.se/heraeus zum Nachlesen.

Hüttenwerke Krupp Mannesmann GmbH

Integration aller Medien in einer App



ca. 3.000



Duisburg,
Deutschland



1 Standort

Gunther Schmucker,
Leitung Kommunikation

“ Sowohl Mitarbeiter*innen als auch unsere Geschäftsführung und unser Betriebsrat sind in unserer App vertreten und interagieren dort miteinander. Die App hilft uns dabei, alle Bereiche zu vereinen und eine einheitliche, unternehmensweite interne Kommunikation sicherzustellen.“



WirbeiHKM

seit Januar 2018

Herausforderung

Anhand einer unternehmensweiten Kultur-Diagnose wurden bei dem Stahlunternehmen Hüttenwerke Krupp Mannesmann GmbH drei relevante Handlungsfelder identifiziert: Agilität, Kommunikation und Konsequenz. Voraussetzung für transparente Kommunikation war die Ergänzung bestehender Medien (Mitarbeiterzeitung, Intranet, Flyer etc.) um eine Mitarbeiter-App, um sowohl die Mitarbeiter*innen in der Verwaltung als auch die in der Produktion zielgruppenorientiert, modern, schnell und sicher mit Informationen zu versorgen.

Lösung

Durch die neue Mitarbeiter-App hat die gesamte Belegschaft Zugriff auf Unternehmens-Updates, Mitteilungen der Geschäftsführung, einen Unternehmenskalender, Schicht- und Speisepläne sowie auf die interne und externe Jobbörse. Außerdem wurden App und Intranet analysiert und auf Grundlage der Ergebnisse zu einer gemeinsamen Plattform zusammengeführt. Die Inhalte konnten so neu definiert und aufgeräumt werden, sodass alle wichtigen Informationen schneller gefunden werden können. Dadurch wurde der Aufwand für die Erstellung von Content minimiert und das Team kann sich auf weitere Integrationen wie HR-Prozesse konzentrieren.

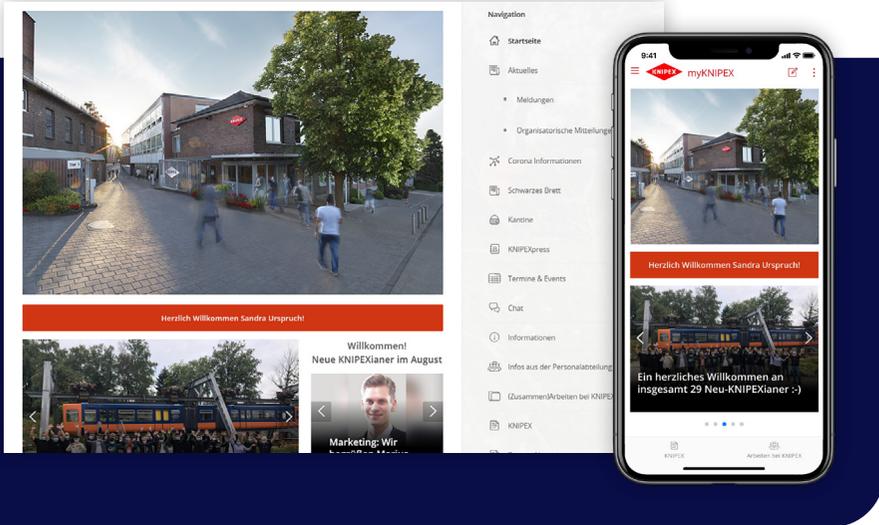
Ergebnisse

Durch eine Registrierungsrate von über 50 Prozent erhalten bis heute über die Hälfte aller Mitarbeiter*innen wichtige Unternehmensinformation per Push-Nachricht innerhalb einer Stunde. Anhand einer Mitarbeiterumfrage ließ sich außerdem erkennen, dass über 90 Prozent aller angemeldeten Mitarbeiter*innen positives Feedback über die App gegeben haben. Auch aus Sicht der Kommunikator*innen konnten wichtige Kennzahlen wie die Reichweite, Aktualität und Messbarkeit eines internen Tools mit Hilfe der App verbessert werden. So hat die App nicht nur dem Kommunikationsteam bei der Verbesserung ihrer Ziele geholfen, sondern wurde außerdem zum beliebtesten Kommunikationskanal der Belegschaft.



KNIPEX-Werk C. Gustav Putsch KG

Best-Practice-Beispiele kommunizieren und so den Unternehmenserfolg fördern



ca. 1.500



Wuppertal,
Deutschland



1 Standort



Sandra Urspruch,
Sachbearbeiterin
Personalentwicklung
und Marketing

“ Durch Best-Practice-Beispiele aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen entsteht die Motivation, am eigenen Arbeitsplatz Verbesserungen voranzutreiben. Damit leistet die App einen Beitrag zu unserem Unternehmenserfolg, denn unsere Erfolgsgrundlage sind unsere gut informierten und dadurch involvierten Mitarbeitenden.“



my knipex
seit September 2017

Herausforderung

KNIPEX fertigt seit über 135 Jahren Zangen für professionelle Anwender*innen an seinem Hauptsitz in Wuppertal. Zu den Zielen des Unternehmens gehört unter anderem die Marktführerschaft in ihrem Segment. Zudem beabsichtigen sie mit ihrem Produkt, einen Mehrwert zu erreichen, von dem sowohl ihre Geschäftspartner*innen als auch die Belegschaft und die Regionen, in denen sie tätig sind, profitieren können. Um ihre Ziele zu erreichen, stellte KNIPEX zuletzt viele neue Mitarbeitende in der Produktion und Vertriebsmitarbeiter*innen im Ausland ein. Dies stellte das Unternehmen vor die Herausforderung, Informationen so zur Verfügung zu stellen, dass sie jederzeit und überall abrufbar sind.

Lösung

Mit der Mitarbeiter-App *myKNIPEX* erreicht das Unternehmen die gesamte Belegschaft. Über den Nachrichtenkanal werden die Beschäftigten mit aktuellen Meldungen aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen auf dem Laufenden gehalten. Die Interaktion zwischen den Mitarbeitenden wird durch die Kommentarfunktion erhöht und internationale KNIPEXianer*innen erfahren, was im Stammwerk passiert und umgekehrt. Das digitale Schwarze Brett mit der Rubrik „Zange gesichtet“ animiert Mitarbeitende, die Augen offen zu halten und Bilder von Orten zu teilen, an denen sie die Zangen des Unternehmens entdeckt haben. Eine schöne Möglichkeit, um die Identifikation mit den Produkten und dem Unternehmen zu fördern.

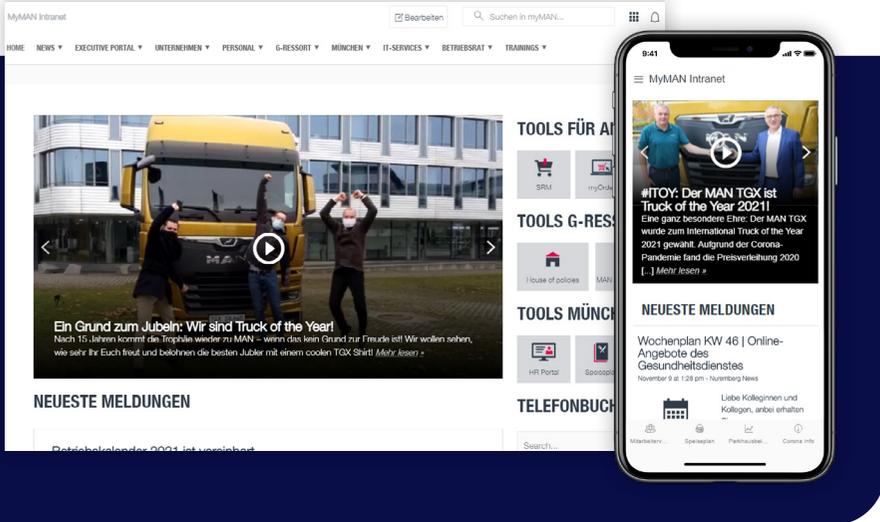
Ergebnisse

Informationen erreichen KNIPEXianer*innen nun jederzeit und überall. Die Akzeptanz der App ist groß, was nicht zuletzt an einer Registrierungsrate von 73 Prozent zu erkennen ist. Zu jedem Beitrag gibt es Interaktionen und die Mitarbeitenden ergreifen inzwischen selbst die Initiative, um andere KNIPEXianer*innen per App über Neuigkeiten aus ihren Bereichen zu informieren. Auch das Thema Nachhaltigkeit, welches dem Unternehmen am Herzen liegt, findet u. a. in Form der Rubrik „Mitfahrzentrale“ seinen Platz in der App.



MAN Truck & Bus SE

Die Evolution der internen Kommunikation bei MAN: vom Schwarzen Brett zur mobilen App



ca. 40.000



München,
Deutschland



10 Standorte in
6 Ländern weltweit



Michael Werner,
Team Lead Channel
Management

“ Mit Hilfe unseres Intranets erreichen wir unsere Belegschaft mit der für sie individuell wichtigen Information, sodass keine Informationsüberflutung entsteht. Dadurch schaffen wir die entscheidende Relevanz für den Erfolg des Tools. “



myMAN
seit Februar 2017

Produktion

Herausforderung

MAN Truck & Bus SE zählt zu den führenden Herstellern von Nutzfahrzeugen in Europa, hat zehn Werke in sechs verschiedenen Ländern und kommuniziert mit fast 40.000 Mitarbeiter*innen täglich. Die Herausforderungen der digitalen Transformation geht das Unternehmen mit einer offenen und cloudbasierten Plattform für die Branche aktiv an. Die interne Kommunikation war bis dato jedoch wenig digital. Wie vielen Unternehmen in der Automobil- bzw. Nutzfahrzeugbranche ist es MAN schwer gefallen, alle Mitarbeiter*innen schnell zu erreichen, da ein Großteil der Belegschaft in der Produktion arbeitet und keinen PC-Arbeitsplatz hat. Andersherum gab es auch keinen digitalen Feedback-Kanal für Mitarbeiter*innen.

Lösung

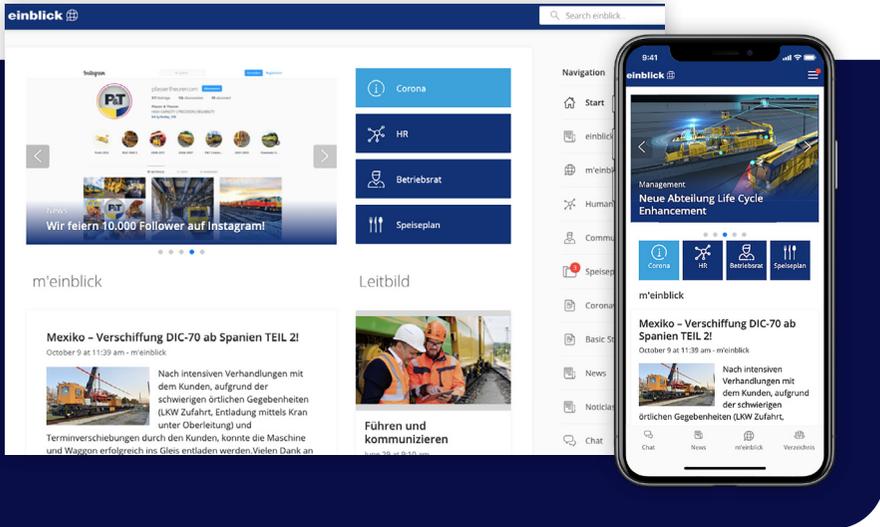
2017 launcht das Unternehmen für den Standort München und dessen 10.000 Mitarbeiter*innen die mobile, einfache und datensichere App *myMAN*. Die App beinhaltet u. a. Newskanäle, Umfragen, Feedback-Formulare und einen Zugang zu nützlichen Seiten wie dem Kantinenplan und einer internen Jobbörse. 2019 wurde die App durch ein neues Intranet ergänzt. Die Plattform wurde dann auf alle 40.000 Mitarbeiter*innen des Unternehmens ausgerollt, sodass jetzt die gesamte Belegschaft in der Verwaltung und Produktion den gleichen Zugang zu Informationen hat.

Ergebnisse

Die App und das damit verbundene Intranet sind intuitiv von den Redakteur*innen zu bedienen und mit Inhalten zu befüllen. Auch das Tempo der Einführung(en) überzeugte: Von der Idee bis zum Launch der App dauerte es 2017 nur 22 Werkstage. Und bei der Belegschaft kam das neue Tool gut an: Schnell waren 70 Prozent der Mitarbeiter*innen am Standort München registriert. Das liegt nicht zuletzt an dem engagierten Projektteam, das z. B. mit kreativen Gamification-Ansätzen arbeitet, um neue Nutzer*innen für die App zu gewinnen. Intranet und App sind außerdem personalisiert und spielen jeder Mitarbeiter*in nur die für sie relevanten Informationen aus. Einen Einblick in die Erfolgsgeschichte von MAN Truck & Bus gibt auch das Webinar unter folgendem Link: staffba.se/man.

Plasser & Theurer, Export von Bahnbaumaschinen GmbH

Change-Prozess mit einer App begleiten



ca. 2.000



Wien,
Österreich



3 Standorte
in Österreich



Nicola Irsigler,
Projektverantwortliche

„ Dank unserer einblick-App können wir alle Mitarbeiter*innen, insbesondere auch unsere Non-Desk-Worker, zielgruppenorientiert, schnell und effizient mit Unternehmensnachrichten versorgen. So schaffen wir Transparenz, stärken die Bindung zum Unternehmen und fördern die Vernetzung untereinander. Die überdurchschnittliche Anmelde- und hohe Zufriedenheit mit unserer App geben uns recht.“



einblick
seit November 2018

Herausforderung

Das Familienunternehmen steht für Wirtschaftlichkeit und Innovation im Gleisbau. Als Weltmarktführer deckt das Maschinenprogramm alle Arbeitsvorgänge ab, die bei der Instandhaltung und dem Neu- und Umbau von Eisenbahngleisen erforderlich sind. Hergestellt werden diese überwiegend im Stammwerk Linz. Das Unternehmen befand sich gerade in einem Change-Prozess und die interne Kommunikation stand vor der Herausforderung: Wie können alle Mitarbeiter*innen, insbesondere jene in der Produktion, erreicht und der Change-Prozess kommunikativ optimal begleitet werden?

Lösung

Nach einiger Überlegung stand fest, dass die neue Kommunikationslösung mobil sein musste. Plasser & Theurer entschied sich für eine Mitarbeiter-App basierend auf der Technologie von Staffbase. Die App namens *einblick* fügt sich in den umfangreichen Kommunikationsmix des Unternehmens ein und ist zum Hauptkanal für die Mitarbeiterkommunikation avanciert. Sie beinhaltet redaktionelle Kanäle wie Unternehmensnachrichten, Sales-News, Verlinkungen zu den Social-Media-Kanälen und Umfragen, wo Nutzer*innen mit Likes und Kommentaren reagieren können. Daneben gibt es interaktive Kanäle (wie den Chat oder einen internen Marktplatz) und Servicekanäle (wie ein Mitarbeiterverzeichnis oder den Speiseplan). Abgerundet wird das Angebot durch saisonale Aktionen, wie eine Umfrage zum Valentinstag, einen Adventskalender oder ein Sommergewinnspiel.

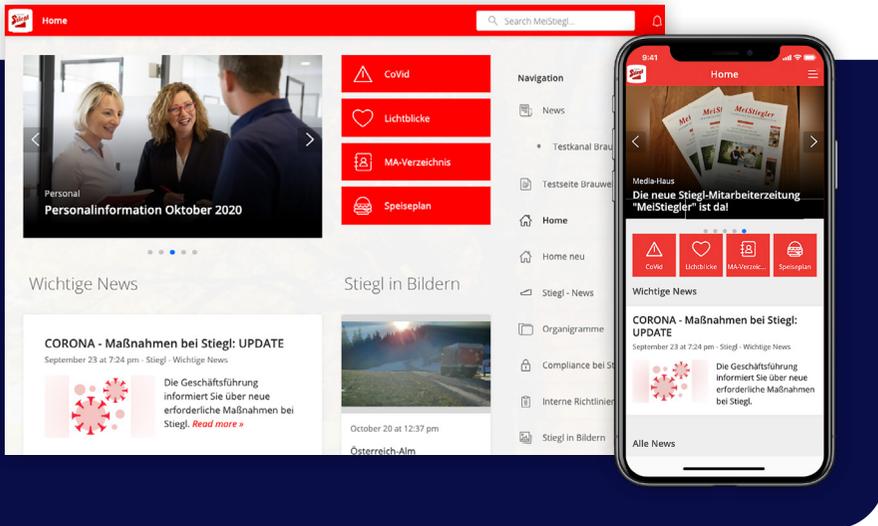
Ergebnisse

Von der Auftragsvergabe bis zum Launch vergingen nur zwei Monate. Von den rund 2.000 Beschäftigten sind 73 Prozent angemeldet. Die mobile Nutzung ist mit 99 Prozent außergewöhnlich hoch und bestätigt den Vorteil der mobilen Lösung. Eine interne Umfrage belegt die hohe Zufriedenheit mit 98 Prozent. Das Mitarbeiterverzeichnis und die HR-Seite (inkl. interne Jobs) zählen zu den beliebtesten Inhalten. Kurzweilige und kreative Aktionen in der App sorgen für gestiegene Interaktionsraten.



Stieglbrauerei zu Salzburg GmbH

Von der Analyse zum Launch – wie die Stieglbrauerei ihre Mitarbeiter-App einführte



ca. 750



Salzburg,
Österreich



7 Standorte



Mag. (FH) Kerstin Vockner
MSc. Personalleitung

„Gerade in einem Familienunternehmen wie der Stieglbrauerei haben ein wertschätzendes Miteinander und persönliche Kontakte einen wichtigen Platz in der Unternehmensphilosophie. Die Einführung unserer Mitarbeiter-App im Rahmen unseres Digitalisierungsprogramms war dabei ein weiterer erfolgreicher Schritt in der gelebten Verbindung von Tradition und Moderne.“



MeiStiegl

seit November 2018

Herausforderung

Die Stieglbrauerei zu Salzburg steht seit ca. 530 Jahren für Genuss und Lebensfreude. Werte wie Qualität, Regionalität und Vielfalt stehen im Fokus der Unternehmensphilosophie. Dabei spiegelt die Kombination von Handwerk mit modernster Produktionstechnik die Verbindung von Tradition und Moderne wider. 2017 begab man sich bei Stiegl auf die Suche nach einem internen Medium, das die Unternehmenskultur und -werte optimal vermittelt und die Menschen mit treffenden Botschaften abholen soll. Im Rahmen eines Innovationsprojekts wurde die Idee einer Mitarbeiter-App vorgestellt, welche mit den meisten Stimmen gewann.

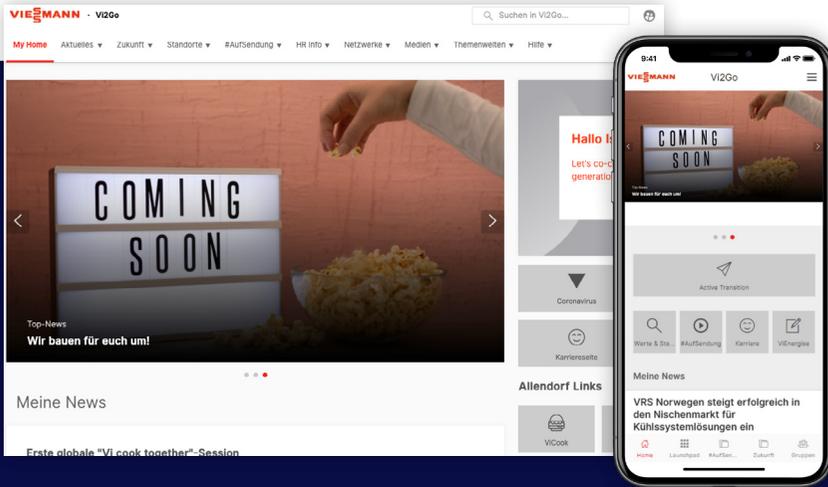
Lösung

Im darauffolgenden Jahr durchlief das Unternehmen auf dem Weg zu einer eigenen App fünf verschiedene Planungsstufen. Nach einer Analyse und der Suche eines Anbieters fand die Stieglbrauerei das Unternehmen Staffbase, selbst ein Start-up zu dieser Zeit. Gemeinsam spezifizierten sie die Details für die zukünftige App *MeiStiegl* und besprachen mögliche Implementierungen. Sechs Monate nach der ersten Analyse wurde die App mit einer kleinen Gruppe getestet und im November 2018 allen Stiegler*innen zur Verfügung gestellt.

Ergebnisse

Nach den ersten Monaten hatten sich mehr als 75 Prozent aller Stiegler*innen auf der mobilen Plattform registriert und sind seither auch aktive Nutzer*innen. Fast jede*r Zweite hinterlässt auf der Plattform regelmäßig ein Like. Neben der Vermittlung von Informationen und Fakten konnten auch die Akzeptanz der Mitarbeiter*innen für das Management ausgebaut, die Wertschätzung verstärkt sowie die interne Kommunikation des Unternehmens merklich verbessert werden.

Vi2Go zählt auf den Kulturwandel bei Viessmann ein



ca. 13.000



Allendorf,
Deutschland



über 30 Standorte
in Deutschland



**Finja Hofmann,
Isabell Hesse und
Theresa Boucsein,**

Team Interne Kommunikation

„ Dank der Mitarbeiter-App haben wir die Möglichkeit, eine zeitgemäße Bottom-Up-Kommunikation zu pflegen und damit allen Kolleg*innen die Chance zu geben, sich einzubringen und ihre persönlichen Anliegen zu äußern.“



Vi2Go
seit Februar 2016

Produktion

Herausforderung

Viessmann ist einer der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für nachhaltiges Klima (Wärme, Kälte, Wasser und Luftqualität) und erneuerbare Energielösungen. Die interne Kommunikation in dem Familienunternehmen ist eine Herausforderung: Viessmann beschäftigt über 13.000 Mitarbeiter*innen an mehr als 30 Standorten weltweit, die viele Sprachen sprechen. Die meisten Mitarbeiter*innen arbeiten in der Produktion und haben daher nur begrenzten PC-Zugang. Das Ziel war es, eine neue Ära der internen Kommunikation einzuläuten – das Familienunternehmen sollte eine Mitarbeiter-App bekommen.

Lösung

Vi2Go ist eine interaktive, mobile Lösung, die alle Mitarbeiter*innen mit personalisierten Newsfeeds, Schichtplänen und anderen Standardtools sowie interaktiven Schwarzen Brettern versorgt. Entwickelt wurde die App mit Hilfe von Workshops, an denen bunt gemischte Teams aus vielen Bereichen des Unternehmens teilgenommen haben. Mittlerweile hat nahezu jeder Standort seinen eigenen Kanal, der mit individuellen Inhalten gefüllt wird. Mitarbeiter*innen haben die Möglichkeit, diese Kanäle zu abonnieren. Das Unternehmen setzt außerdem auf direktes Feedback aus der Belegschaft, um die App kontinuierlich zu verbessern. Das Angebot wird vom C-Level bis zum Azubi rege genutzt. Die Vi2Go kommuniziert die digitale Transformation im Unternehmen – und sie nimmt noch eine viel größere Rolle ein, indem die Plattform selbst Teil des Kulturwandels bei Viessmann ist.

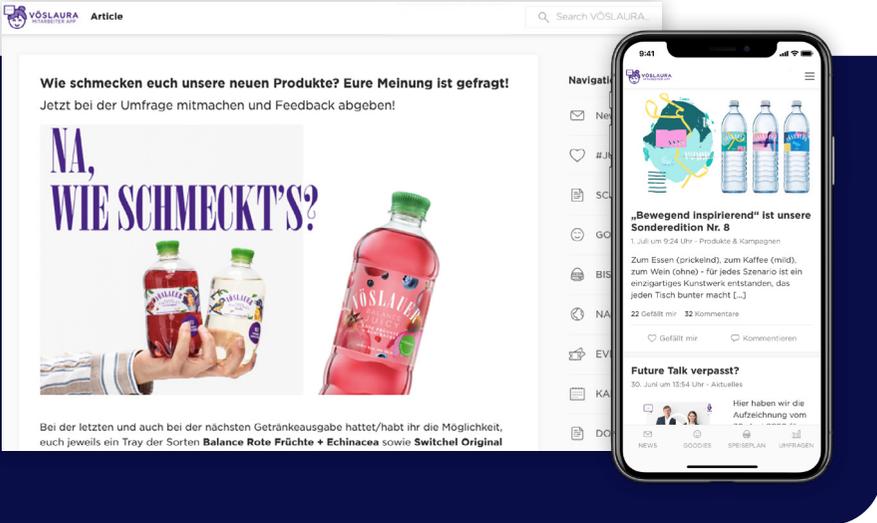
Ergebnisse

Mit mehr als 20 Standorten weltweit, über 50 Nachrichtenkanälen und Content in sieben Sprachen – darunter Türkisch, Finnisch und Ungarisch – hat sich Vi2Go zur zentralen Kommunikations- und Informationsplattform für mehr als 13.000 Mitarbeiter*innen entwickelt. Die Plattform erzeugt sogar mehr Engagement als frühere, nicht-digitale Kommunikationstools. In Deutschland nutzen 90 Prozent der Mitarbeiter*innen Vi2Go. Isabell Hesse gab auf der Praxistour 2020 einen Einblick in die Mitarbeiter-App, verfügbar unter staffba.se/Viessmann.



Vöslauer

VÖSLAURA ermöglicht transparente und zielgerichtete Kommunikation



ca. 250



Marie-Therese Kögl,
Interne Kommunikation



Bad Vöslau,
Österreich



1 Standort

“VÖSLAURA haben wir kurz vor dem Corona-Lockdown gelauncht. Das hat unsere Kommunikation sehr schnell auf ein neues und besseres Level gehoben. Denn in einer sehr außergewöhnlichen Zeit konnten wir mit unseren Mitarbeiter*innen in Kontakt bleiben und sie alle zeit- und zielgerecht mit Infos versorgen.“



VÖSLAURA

seit Februar 2020

Herausforderung

Vöslauer ist Spitzenreiter des österreichischen Mineralwassermarktes. Das hat das Unternehmen nicht nur mit Fleiß, Ehrgeiz und Zusammenhalt geschafft, sondern auch durch einen guten Informationsfluss im Unternehmen. So sollen gezielt relevante interne Inhalte verbreitet werden. Die größte Herausforderung für sie war es, die Blue-Collar-Mitarbeiter*innen zu erreichen, die keinen eigenen PC-Zugang während ihrer Arbeitszeit haben. Die bestehenden Maßnahmen zur internen Kommunikation (Infomails, Screens, Aushänge) reichten hier nicht mehr aus, interne Informationen zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und in der richtigen Menge zur Verfügung zu stellen.

Lösung

Um genau dieses Ziel zu erreichen, hat sich das Unternehmen für eine mobile App namens *VÖSLAURA* entschieden. Die Kombination aus Newsfeed, Interaktionsmöglichkeiten und vielen praktischen Features ermöglicht es der Kommunikationsabteilung heute, Informationen aktuell und zielgerichtet auszuspielen. Die *VÖSLAURA*, das Gesicht der Mitarbeiter-App, erlaubt es Vöslauer auch, vielseitiges und modernes Storytelling in der App zu integrieren.

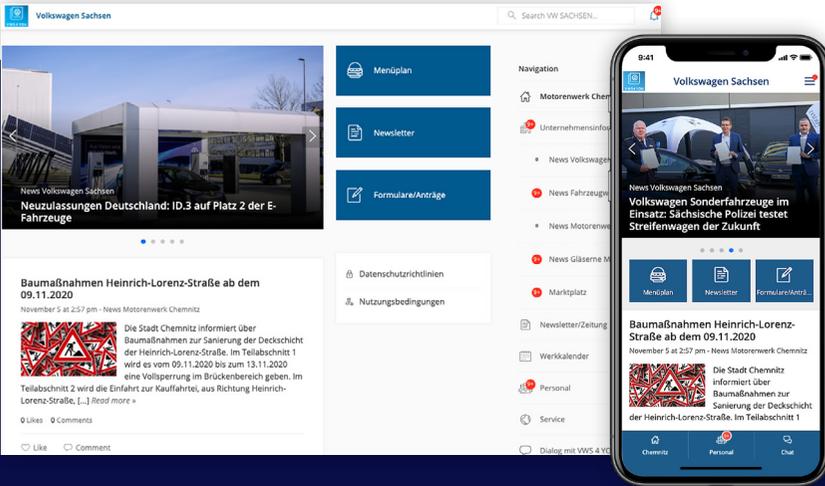
Ergebnisse

Gelauncht wurde *VÖSLAURA* im Februar 2020. Gerade rechtzeitig, um in dieser außergewöhnlichen Zeit der Corona-Krise die Mitarbeiter*innen noch besser erreichen zu können. Umso mehr konnten gleich von Beginn an die Vorteile der App genutzt werden. Die Resonanz der Mitarbeiter*innen war sehr gut. Innerhalb von vier Wochen haben sich bereits 75 Prozent aller Mitarbeiter*innen registriert. Und das Beste daran: Die Mitarbeiter*innen fühlen sich rund um informiert, haben die Möglichkeit selbst zu interagieren und mit dem Unternehmen in einen Dialog zu treten. Wie genau der Launch 2020 funktioniert hat, erklären Mitarbeiter*innen von Vöslauer auch in einem kurzen Video, das unter staffba.se/Vöslauer verfügbar ist.



Volkswagen Sachsen GmbH

Verbesserte Kommunikation für 10.000 Mitarbeiter*innen



ca. 10.000



Prof. Thomas Edig,
Geschäftsführer Personal &
Organisation



Zwickau,
Deutschland

“ Die App ist ein großer Erfolg. Wir können direkt und ad hoc Informationen auch über die privaten Handys unserer Mitarbeiter*innen versenden.“



3 Standorte
in Sachsen



VWS 4 YOU

seit November 2018

Herausforderung

Die Volkswagen Sachsen GmbH ist mit drei Standorten in Dresden, Chemnitz und Zwickau einer der größten Arbeitgeber in Sachsen. Um alle Beschäftigten gut zu informieren, standen unter anderem mit der Mitarbeiterzeitung, einer Wocheninformation, Teamgesprächen oder dem Intranet mehrere Kommunikationsmittel zur Verfügung. Allerdings wurde eine Möglichkeit gesucht, noch schneller und flexibler kommunizieren zu können. Denn viele der ca. 10.000 Mitarbeiter*innen haben keinen Zugriff auf einen klassischen Computerarbeitsplatz.

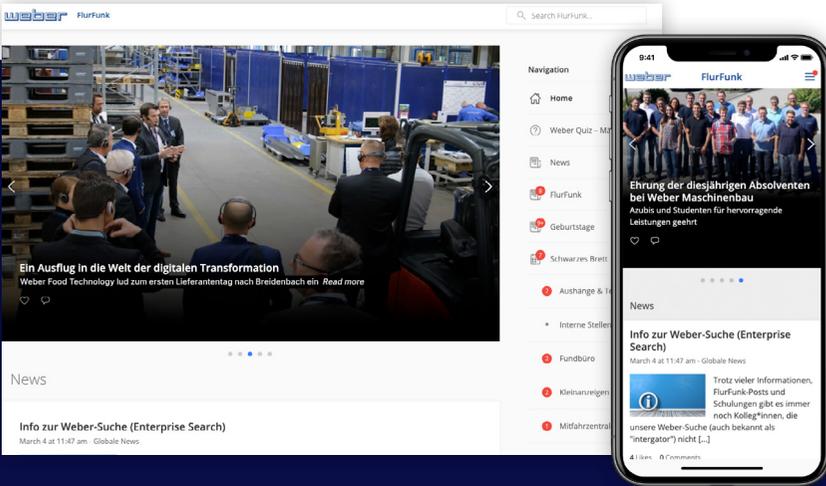
Lösung

Die Kommunikationsabteilung machte sich deshalb gemeinsam mit der IT-Abteilung auf die Suche nach einer Möglichkeit, diese Ziele umzusetzen und entwickelte die mobile Mitarbeiter-App *VWS 4 YOU*. Auf dem Startbildschirm der App findet jede Mitarbeiter*in ihren standortspezifischen Nachrichtenkanal und individuell abonniebare Kanäle. So hat die Mitarbeiter*in immer die für sie relevanten Informationen zur Hand. Außerdem sorgen interaktive Seiten mit Informationen zu Stellenausschreibungen und dem Betriebsrat für eine hohe Transparenz. Persönliche Chats (beispielsweise zu Mitfahrgelegenheiten) runden das Kommunikationsangebot der App ab.

Ergebnisse

Mehr als 50 Prozent der Mitarbeiter*innen nutzen die App *VWS 4 YOU* wöchentlich, was mehr dialogische Kommunikation und eine noch bessere Unternehmenskultur schafft, die alle miteinander verbindet. Die Reichweite und die Geschwindigkeit relevanter Informationen konnte so noch weiter verbessert werden.

Kommunikation mit Tradition: So verbindet das Familienunternehmen seine Mitarbeiter*innen



ca. 1.750



Tobias Weber,
CEO



Breidenbach,
Deutschland



26 Standorte in 18
Ländern weltweit

“ Wir haben mittlerweile über 90 Prozent registrierte Nutzer*innen. Das Gute an unserer App ist auch: Es können nicht nur die Redakteur*innen posten. Jede Mitarbeiter*in kann etwas posten. Daran beteiligen sich auch mittlerweile sehr viele aus der Belegschaft. So haben wir es geschafft, den FlurFunk vom Gang in eine digitale Umgebung zu verschieben.“

**FlurFunk**

seit November 2018

Herausforderung

Vom akkuraten Schneiden bis zum präzisen Einlegen und Verpacken von Wurst, Fleisch und Käse: Weber Food Technology ist einer der führenden Systemanbieter für Aufschnittanwendungen und zählt zu den wichtigsten Adressen für die lebensmittelverarbeitende Industrie weltweit. Das Unternehmen beschäftigt rund 1.750 Mitarbeiter*innen, von denen viele in der Produktion tätig sind. Deswegen war es eine enorme Herausforderung, die gesamte Belegschaft in Echtzeit zu erreichen und mit Informationen zu versorgen. Ein Ziel war es außerdem, den inoffiziellen Flurfunk auf einen offiziellen Kanal zu übertragen und die Kommunikation in zwei Richtungen zu ermöglichen.

Lösung

2018 launchte das Unternehmen die Mitarbeiter-App *FlurFunk*. In der App werden von einem Kommunikationsteam Nachrichten rund um das Unternehmen ausgespielt. *FlurFunk* ermöglicht seitdem die gezielte, zielgruppenspezifische und vor allem flächendeckende Kommunikation innerhalb von Weber Food Technology. Die Belegschaft hat aber vor allem auch die Möglichkeit, sich auszutauschen und sich zu beteiligen. So können alle Mitarbeiter*innen des Familienunternehmens selber Beiträge schreiben, andere Beiträge kommentieren und Ideen einreichen. Zusätzlich wird die App heute maßgeblich für die Führungskräftekommunikation genutzt. So nutzt CEO Tobias Weber die App beispielsweise für regelmäßige Updates zum Stand des Unternehmens.

Ergebnisse

Die App *FlurFunk* hat bei Weber Food Technology einen kulturellen Wandel herbeigeführt und es geschafft, ein neues Zugehörigkeitsgefühl bei den Mitarbeiter*innen zu schaffen. Es wurde sowohl der hierarchische Kommunikationsfluss aufgebrochen und ein Kanal für die Stimmen der Mitarbeiter*innen geschaffen als auch eine direkte Verbindung zwischen den weltweit ansässigen Mitarbeiter*innen hergestellt. Heute sind mehr als 92 Prozent der Mitarbeiter*innen aktiv in der App – eine Zahl, die für sich spricht.

Wieland One –
App und Social Intranet
für die globale Community



ca. 8.000



Ulm,
Deutschland



ca. 80 Standorte
weltweit



Michael Demmer, Senior

Vice President, Strategy and
Business Development & CIO

“*Wenn sich in einem Unternehmen so viel auf einmal ändert, ist es wichtig, Informationen in Echtzeit zu vermitteln – ein monatlicher Newsletter kann ergänzen. Aber der Informationsfluss muss kontinuierlich sein und deshalb wurde die Mitarbeiter-App Wieland One ins Leben gerufen.*“



Wieland One

seit Oktober 2018

Herausforderung

Die Wieland Group ist ein global führender Hersteller von Halbfabrikaten aus Kupfer und Kupferlegierungen. Umfassende Veränderungen und M&A-Aktivitäten prägen das Unternehmensgeschehen. Dadurch kommen auch viele neue Mitarbeiter*innen zu Wieland. Mehr als zwei Drittel der global verteilten Mitarbeiter*innen arbeiten in der Produktion. Im weltweiten Veränderungsprozess ist es eine besondere Herausforderung, alle Mitarbeiter*innen gut und aktuell zu informieren, um sie zu beteiligen und die weltweite Integration zu unterstützen. E-Mail-Newsletter, Schwarze Bretter und globale sowie sporadische Print-Publikationen waren in der Vergangenheit ein erster Schritt, reichten aber bei weitem nicht aus. Ziel ist es, alle zu erreichen, Dialog zu ermöglichen und Stück für Stück eine Kultur der offenen und aktiven Kommunikation zu etablieren. Im Herbst 2018 führte die Wieland Group daher eine neue Mitarbeiter-App ein, die *Wieland One*, die in Folge zu einem neuen, sozialen und mobilen Intranet weiterentwickelt wurde.

Lösung

Für die gebrandete Mitarbeiter-App *Wieland One* registriert sich jede Mitarbeiter*in persönlich und erhält dann einen Mix aus Nachrichten von global bis lokal relevant – individuell angepasst. Seit November 2019 kombiniert die *Wieland One* die Nachrichtenkanäle mit den Inhalten des neuen Social Intranet. In kompakter und ansprechender Form wurden weltweit Inhalte thematisch zusammengeführt. Die Inhalte lokaler Relevanz finden sich auf speziellen Standortseiten. Die Informationen des Intranets, von Telefonbuch und Speiseplan bis zu detaillierten, arbeitsrelevanten Informationen, sind immer und überall (mobil) erreichbar.

Ergebnisse

Die *Wieland One* erfreut sich inzwischen einer hohen Akzeptanz auf breiter Ebene. Die Wahrnehmung von Kommunikation hat sich verändert und auch die Kultur, selbst mit Information umzugehen. Die Weiterentwicklung der App ist zu einem interaktiven Prozess geworden, in dem eine Fülle von konstruktiven Impulsen aus der Organisation kommt. Das unterstützt vor allem auch die globale Integration und Nähe zu den Kolleg*innen, egal wo sie sich befinden. Über die Hälfte der registrierten Nutzer*innen nutzen die *Wieland One* einmal pro Woche, jede fünfte Mitarbeiter*in sogar täglich.

Logistik & Transport

Interne Kommunikator*innen haben es in Logistikunternehmen wegen der vielen verschiedenen Aufgaben und Tätigkeitsbereiche besonders schwer, alle Mitarbeiter*innen mit arbeitsrelevanten Informationen oder Unternehmensbotschaften zur richtigen Zeit zu erreichen. Nur so schafft man es aber in einer weit zerstreuten Belegschaft, eine starke Unternehmenskultur und ein Wir-Gefühl zu schaffen. Die klassischen Kanäle für Mitarbeiter*innen wie das Schwarze Brett oder die Mitarbeiterzeitung genügen den aktuellen Ansprüchen nicht mehr. Menschen, die nicht im Büro arbeiten, sondern z. B. Kräne führen, Container verladen oder mit Fahrzeugen auf den Straßen Europas unterwegs sind, sind weitgehend von einer direkten Mitarbeiterkommunikation ausgeschlossen.

Einige Logistikunternehmen haben sich diesem Problem angenommen und eine moderne Lösung gefunden, endlich alle Mitarbeiter*innen zu erreichen: eine mobile Kommunikationsplattform in Form einer Mitarbeiter-App. Die gesamte Belegschaft hat so die Möglichkeit, mit dem privaten Smartphone oder bereitgestellten Endgeräten am Unternehmensgeschehen teilzuhaben, sich mit den Kolleg*innen auszutauschen und Neuigkeiten schnell und direkt zu erfahren. So wird der Zusammenhalt und die Identifikation mit dem Unternehmen gestärkt. Und nicht nur das: Das Unternehmen Lufthansa Cargo verbindet zum Beispiel alle Mitarbeiter*innen über alle Standorte hinweg, wodurch eine optimale Kommunikation gewährleistet werden kann. Wie genau dieses und andere Logistikunternehmen ihre App-Projekte umgesetzt haben, liest du im folgenden Kapitel.





DHL Group

Think big - start small -
act fast: kleiner Pilot
mit großer Wirkung



ca. 600.000



Bonn,
Deutschland



220 Länder



Daniel Hohn,
Head of Smart
Workspace Engagement
HR People Experience

“ Mit Smart Connect haben wir zum ersten Mal im Konzern eine echte Employee-Experience-Plattform, auf der Informationen sowie Services personalisiert für alle Kolleg*innen weltweit verfügbar und so Erlebnisse des Arbeitslebens digital greifbar gemacht werden.“



Smart Connect

seit April 2020

Herausforderung

Als führender Logistikanbieter ist die DHL Group mit fast 600.000 Beschäftigten weltweit einer der größten privaten Arbeitgeber. Im Fokus steht die digitale Transformation in allen Unternehmensbereichen – so auch bei der Kommunikation und dem Engagement der Mitarbeitenden. Mit „myNet“ hatte man bereits seit 2015 ein Intranet im Einsatz, das weltweit von rund 250.000 Desktop-Kolleg*innen genutzt wurde. Allerdings hatten die damals über 300.000 operativen Kolleg*innen keinen Zugang und waren vom digitalen Fortschritt abgeschnitten.

Lösung

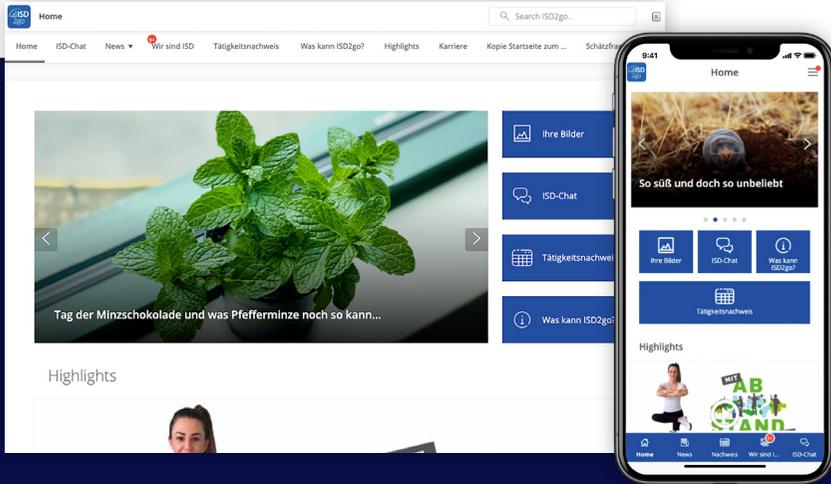
2017 entschied man sich, die neue Staffbase Mitarbeiter-App „Connect“ für zunächst 4.000 Mitarbeitende aus unterschiedlichen Ländern und Unternehmensbereichen einzuführen. Über Staffbase Spaces war es möglich, Inhalte nur für einen Teil der User*innen sichtbar zu machen und so zu personalisieren. Bei wichtigen Nachrichten erhielten alle Beteiligten eine entsprechende Push-Mitteilung auf ihr Smartphone. Mitarbeitende konnten über die App z. B. auf Nachrichten vom lokalen Vorgesetzten in der Landessprache oder Informationen aus der Konzernzentrale zugreifen. Über eine „Social Wall“ war es für alle möglich, Informationen auszutauschen und die Chat-Funktion erleichterte die persönliche Kommunikation.

Ergebnisse

Nicht nur operative Teams wurden zu „Connect“-Fans, sondern auch Desktop-Kolleg*innen, die ohnehin Zugang zum Intranet hatten. Auch die Konzernkommunikation profitierte: Während Nachrichten im Corporate Intranet nur circa fünf Prozent der Belegschaft erreichten, klickten in der Pilotphase oft mehr als 70 Prozent der Beschäftigten auf News in der App. Bei einer Befragung zeigte sich, dass sich die Zufriedenheit mit der Kommunikation des Managements enorm gesteigert hatte. Mit der Covid-19-Pandemie wurde die Connect-App weltweit ausgerollt, um im Krisenfall alle der knapp 600.000 Mitarbeitenden erreichen zu können. Doch die Erfolgsgeschichte war damit noch nicht zu Ende: Im April 2022 verwirklichte die DHL Group ihre Version des „Smart Workspace“. Staffbase bzw. „Smart Connect“ stellt in diesem neuen digitalen Arbeitsplatz die neue Employee-Experience-Plattform für alle Kolleg*innen weltweit dar, über die Informationen und Services personalisiert aufgerufen werden können. Detaillierte Informationen dazu gibt es unter staffba.se/DHLGroup.

ISD Immobilien Service Deutschland

In 3 Wochen zum neuen Kommunikationstool
während der Corona-Krise



ca. 6.000



Lüdenscheid,
Deutschland



85 Standorte
in Deutschland



Dirk Schnieder

Fachbereichsleiter Technisches
Gebäudemanagement

“ Wir wollten das neue Kommunikationstool lieber
gestern als heute mit unseren Mitarbeiter*innen
teilen können. Wir wollten damit auch so viele
Mitarbeiter*innen langfristig über die Corona-Krise
hinaus erreichen und einen dauerhaften Mehrwert
schaffen. Und das ist uns mit der schnellen
Einführung von ISD2go auch gelungen.“



ISD2go
seit Mai 2020

Herausforderung

Von den über 6.000 Mitarbeiter*innen des Immobilien Service Deutschland arbeiten rund 800 Kolleg*innen an einem Arbeitsplatz in den mehr als 85 Niederlassungen und konnten schnell über verschiedene Wege informiert werden. Über die bis dahin vorhandenen Informationswege konnten aber die mehr als 5.000 Mitarbeiter*innen in der Objektbetreuung leider nur langsam auf den neuesten Stand gebracht werden. Auch der Kontakt und Austausch unter Kolleg*innen in verschiedenen Objekten war nur selten gegeben. Mit Ausbruch der Corona-Pandemie im März 2020 machte sich die Geschäftsleitung des Immobilienservice auf die Suche nach einem Tool. Mit diesem sollten nicht nur generell alle Mitarbeiter*innen schnell in der Krisenzeit informiert werden, sondern die Belegschaft sollte auch untereinander kommunizieren können.

Lösung

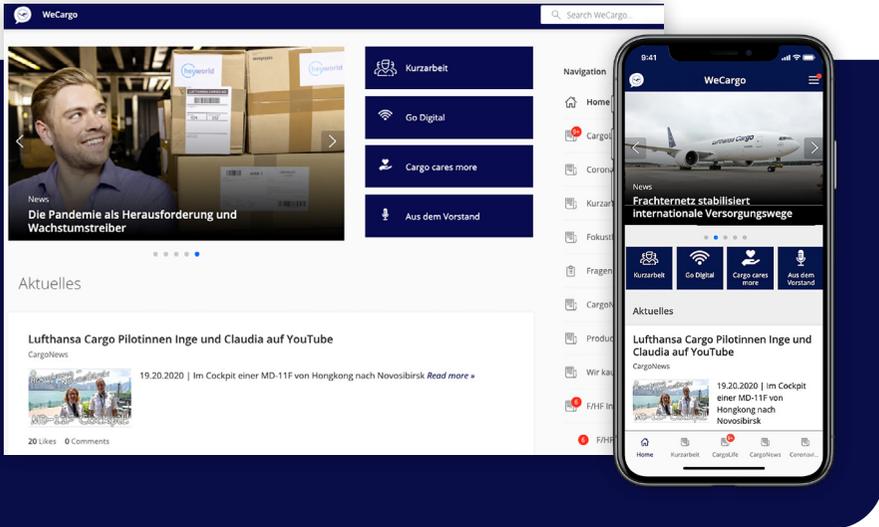
Auf Basis der Anforderungen entschied sich das Unternehmen eine Mitarbeiter-App einzuführen. Zu Beginn der Einführung der neuen App wurde zunächst der Name *ISD2go* und das Logo festgelegt, die App-Stores eingerichtet, der Seitenaufbau festgelegt, ein Redaktionsplan und der erste Content erstellt – und das in Rekordgeschwindigkeit mit der Unterstützung von Staffbase. Anschließend wurden alle Mitarbeiter*innen mit Einladungslinks per Mail, Post und SMS in die App eingeladen. Durch Gewinnspiele, dem Chat und dem mobilen Zeitnachweis bietet die App den Kolleg*innen vielfältige Möglichkeiten der Nutzung und einen echten Mehrwert für den Arbeitsalltag. Die App vereint alle Informationen und dient als Absprungpunkt zu den bereits bekannten Tools.

Ergebnisse

Das langfristige Ziel ist die Kommunikation und die Mitarbeiterbindung zu stärken. Dies ist dem Immobilien Service Deutschland zum Teil schon gut gelungen. Mittlerweile nutzen mehr als die Hälfte der Belegschaft die App regelmäßig zum Chatten, Posten und als Zugang zu ISD internen Tools.

Lufthansa Cargo AG

Einheitliche Kommunikation
in mehr als 30 Sprachen



ca. 4.500



Frankfurt (Main),
Deutschland



ca. 300 Standorte
auf 5 Kontinenten



Jacqueline Casini,
Senior Director
Communications, Marketing &
Corporate Responsibility

“ WeCargo ermöglicht eine moderne Kommunikation zwischen allen Mitarbeitenden weltweit in Echtzeit. Sie ist ein digitales Hilfsmittel, welches den Mitarbeitenden ermöglicht, sich einfach und zeitsparend über das zu informieren, was bei Lufthansa Cargo passiert. Und das Beste: Jeder Mitarbeitende kann selbst Eindrücke, Erfolge und auch Fragen mit den Kolleg*innen teilen. Durch WeCargo sind wir alle enger zusammengedrückt. “



WeCargo
seit September 2019

Herausforderung

Lufthansa Cargo ist eine deutsche Frachtfluggesellschaft und zählt weltweit zu den zehn größten Unternehmen dieser Branche. Für die vielen Mitarbeiter*innen des Unternehmens gab es keine Plattform, die die Belegschaft an über 300 Standorten weltweit mit Informationen zum Unternehmen versorgen konnte. Unternehmensintern war es sehr schwierig, eine starke Unternehmenskultur aufzubauen, die die gesamte Belegschaft miteinander vereint. Zudem sollte die interne Kommunikation die Digitalisierung des Unternehmens weiter vorantreiben und unterstützen.

Lösung

Deshalb entschied sich die Lufthansa Cargo AG für ein neues internes Kommunikationstool. Eine für das Smartphone optimierte Plattform mit interaktiven Schwarzen Brettern und direkten Feedbackmöglichkeiten in Form von Umfragen und Formularen soll nicht nur die Unternehmenskultur weltweit besser verständlich machen, sondern gleichzeitig die Digitalisierung der Organisation vorantreiben. Durch eine automatische Übersetzung von Kommentaren und Inhalten in über 30 Sprachen fühlen sich alle Mitarbeiter*innen in die Kommunikation des Unternehmens eingebunden und können zum ersten Mal kulturübergreifend miteinander kommunizieren.

Ergebnisse

Durch die Vernetzung einer Belegschaft, die auf der ganzen Welt zu Hause ist, konnte sowohl das Mitarbeiterengagement verbessert als auch die interne Kommunikation allgemein sichtbar gemacht werden: 94 Prozent der Nutzer*innen reagieren auf gepostete Inhalte und interagieren auf der Plattform.

Baugewerbe

In der Bauindustrie ist die wohl größte Herausforderung der internen Kommunikation die Dezentralisierung. Die Arbeitsfelder, -zeiten und -orte der Mitarbeiter*innen sind sehr divers. Während ein Teil der Belegschaft an regulären Computerarbeitsplätzen tätig ist, arbeiten andere weit entfernt von der Zentrale – teils ohne PC-Zugang – oder pendeln häufig zwischen Büro und Baustelle. Durch diesen Split ist es besonders schwierig, Feedback von allen Mitarbeiter*innen gleichermaßen zu bekommen und einen Dialog anzustoßen. Außerdem müssen in Hinblick auf Training und Sicherheit in der Baubranche Nachrichten zeitnah kommuniziert und die erfolgreiche Zustellung der Botschaften an alle Mitarbeiter*innen sichergestellt werden. Mitarbeitermagazine, Newsletter und Aushänge werden oft erst zu spät oder gar nicht gelesen.

Diese Probleme haben Bauunternehmen wie zum Beispiel die Firmengruppe Max Bögl oder die ROSSKOPF + PARTNER AG mit einem mobilen Kanal für die interne Kommunikation gelöst: der Mitarbeiter-App. In diesem Kapitel findest du Praxisbeispiele, wie Unternehmen in der Bauindustrie ihre Mitarbeiter*innen endlich zeitnah mit aktuellen und dringenden Nachrichten versorgen, was das für einen Einfluss auf die Sicherheit hat und wie sie erstmals mit ihren Mitarbeiter*innen in den Dialog treten.



AD Construction

Vom gedruckten
Handbuch zu einer
mobilen Mitarbeiter-App



ca. 120



Sidcup,
Großbritannien



1 Standort



Steve Doyle,
Managing Director

“ Die Informationen in der App gehen direkt an alle. Es gibt keine Fehlkommunikation mehr. Alle erhalten die Möglichkeit, direkt zu antworten und Beiträge zu kommentieren. Es hält einfach jeden, der im Unternehmen involviert ist, auf dem Laufenden über das, was vor sich geht.“



AD Staff App

seit September 2016

Herausforderung

Die AD Construction Group Ltd. ist einer der führenden privaten Anbieter von Sanierungsdienstleistungen für den öffentlichen Sektor. Nachdem sie ein strategisches Wachstum erlebt hatte, erforderte die interne Kommunikationsstrategie eine Reorganisation und Erweiterung. Um die Unternehmenskultur zu vermitteln, mit einer größeren Anzahl von Mitarbeiter*innen zu kommunizieren und Informationen zu verbreiten, benötigte AD eine neue unternehmensweite Lösung. Kommunikation und Information wurden über bürobasierete Systeme ausgetauscht, was die Kommunikation mit den Mitarbeiter*innen vor Ort erschwerte und nicht unmittelbar ermöglichte.

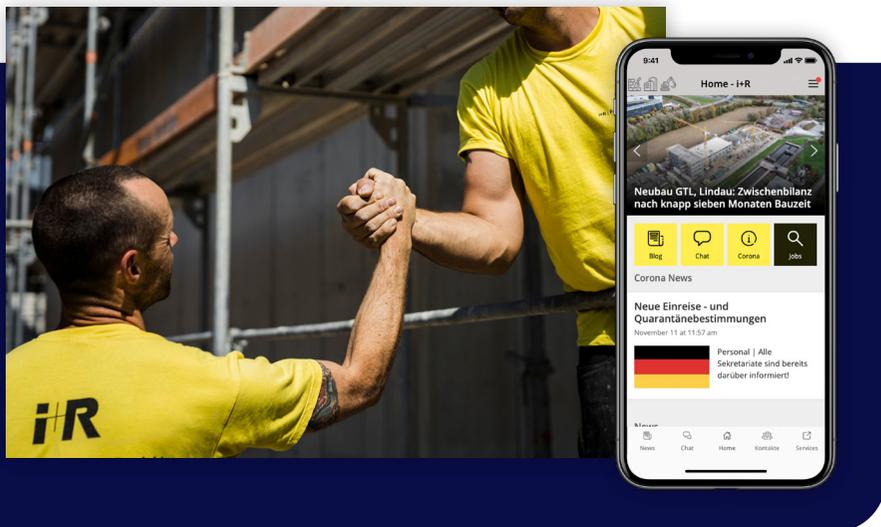
Lösung

Mit Hilfe der neu eingeführten und individuell gebrandeten *AD Staff App* wurde ein Ort geschaffen, an dem jede Mitarbeiter*in jederzeit alle Informationen finden kann. Diese App ist ausnahmslos für alle Mitarbeiter*innen des Unternehmens leicht zugänglich und ermöglicht den abteilungsübergreifenden Austausch. Darüber hinaus kann die Kommunikationsabteilung diesen Kanal nutzen, um bei wichtigen Neuigkeiten sofort alle Mitarbeitenden zu erreichen. Durch Push-Benachrichtigungen weiß die gesamte Belegschaft jederzeit, welche Informationen wichtig sind und ist somit optimal über die Aktivitäten des Unternehmens informiert.

Ergebnisse

Die Mitarbeiter*innen sind von der neuen App begeistert und sie haben das Onboarding als „fantastisch“ bezeichnet. Das neue Tool ermöglicht es dem Management, die Werte des Unternehmens zielgerichteter an die Mitarbeiter*innen zu kommunizieren, damit sie entsprechend handeln können. Es gibt weniger Missverständnisse, weil alle Teammitglieder einbezogen werden und mit der interaktiven App sofort auf Probleme reagieren können. Auch die Effizienz wurde gesteigert, weil Informationen nun schneller gefunden und genutzt werden können. Darüber hinaus wurde das Verhältnis zwischen den Kolleg*innen verbessert. Funktionen wie das Kommentieren und Reagieren auf Beiträge senkten die Hemmschwelle, am Gespräch teilzunehmen. Ein weiteres Plus: Mitarbeitende, die viel unterwegs sind, können nun über die Smartphone-App jederzeit und überall umfassende Informationen erhalten.

Neue Dimension der
internen Kommunikation
mit einer Mitarbeiter-App



ca. 1.000



Lauterach,
Österreich



53 Standorte
in 7 Ländern



**Joachim Alge und
Reinhard Schertler,**
Eigentümer und Geschäftsführer

“ Die Zukunft liegt darin, die Werte eines Familienunternehmens mit der neuen digitalen und komplexen Welt zu verbinden. Stabilität heißt für uns keine Angst vor stetiger Veränderung.“



i+R Gruppe Mitarbeiter APP

seit November 2018

Herausforderung

Die 1904 gegründete *i+R Gruppe* steht für hochspezialisierte Lösungen im Bereich Bauen, Immobilien und Bagger. Das eigentümergeführte Familienunternehmen ist in der Bodenseeregion verwurzelt, aber in Europa zu Hause. Für die über 1.000 Mitarbeiter*innen gab es keine einheitliche interne Kommunikation. Die Einführung eines Intranets war 2008 gescheitert und der Informationsaustausch fand größtenteils über den Flurfunk, in der Mitarbeiterküche und über eigens eingerichtete WhatsApp-Gruppen statt. Zudem waren 40 Prozent der Mitarbeiter*innen nicht an die IT-Infrastruktur des Unternehmens angeschlossen und konnten somit nicht per Mail erreicht werden. Der Wunsch nach einem zukunftsfähigen Instrument, mit dem alle Mitarbeiter*innen erreicht werden können, wurde immer lauter.

Lösung

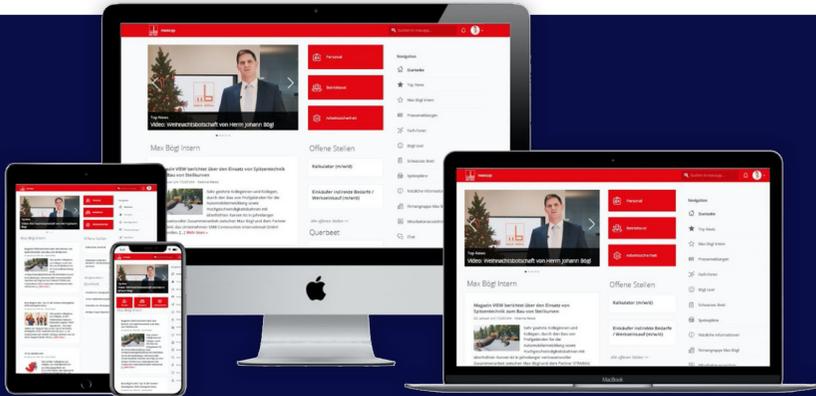
Gefunden hat das Kommunikationsteam letztendlich eine Mitarbeiter-App. Ein erfahrenes Projekt- und ein Redaktionsteam war für die Umsetzung und inhaltliche Gestaltung des neuen Kanals verantwortlich. Herausforderungen während der Planung waren beispielsweise Stammdaten aus mehreren Datenbeständen zusammenzutragen, den Workflow für Ein- und Austritte von Mitarbeiter*innen und somit auch den Zugang zur App zu definieren sowie einen einfachen Zugang für mobile Mitarbeiter*innen zu gewährleisten. Die App ist einfach bedienbar, kommuniziert Unternehmensnews an die Belegschaft und erleichtert das Event-Management. Sie beinhaltet auch einen eigenen internen Blog für die Eigentümer. So gibt es jetzt verschiedene Informationsebenen, auf denen unterschiedliche Inhalte ausgespielt werden können.

Ergebnisse

Nach 4 Wochen waren bereits 71 Prozent der Belegschaft registriert. Um die Reichweite zu steigern, wurden wichtige operative Inhalte in die App verlagert. Außerdem wurden Events nur noch über die App kommuniziert. Das Unternehmen regte die Partizipation mithilfe von Gewinnspielen und Umfragen an, zudem wurden die breiten Möglichkeiten der App ausführlich erklärt und auf Gruppen im Unternehmen proaktiv zugegangen. Für alle Mitarbeiter*innen relevante Inhalte, wie der Kantinenplan oder ein Kontaktverzeichnis, wurden sehr gut angenommen.

Firmengruppe Max Bögl

Maximaler Mehrwert
im Arbeitsalltag
für alle Mitarbeiter*innen



ca. 6.500



Sengenthal,
Deutschland



35 Standorte
weltweit



Lena Guttenberger,
Interne Kommunikation
& Benjamin Harmel,
ehemaliger Projektleiter

“ Seit der Einführung der maxapp hat diese einen unglaublichen Beitrag zur Verbesserung der internen Kommunikation geleistet. Vor allem zu Hochzeiten der Corona-Pandemie stellte sich die App als ein unabdingbares Kommunikationsinstrument dar. Zudem regen wir unsere Mitarbeiter*innen durch attraktive Nutzungsmöglichkeiten an, die App regelmäßig zu nutzen.“



maxapp
seit Februar 2019

Herausforderung

Mit rund 6.500 hoch qualifizierten Mitarbeiter*innen an weltweit mehr als 35 Standorten und einem Jahresumsatz aus dem Jahr 2019 von über 1,7 Mrd. Euro zählt die Firmengruppe Max Bögl zu den größten Bau-, Technologie- und Dienstleistungsunternehmen der Welt. Eine Hälfte der Mitarbeiter*innen arbeitet an Schreibtischen, die andere in Fertigungshallen und an Baustellen. So wurden die dezentralen Mitarbeiter*innen nur schwer in Echtzeit mit Informationen versorgt, dies war nur per Post und über die Vorgesetzten möglich. Außerdem hatten nicht alle Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, auf Personalmanagement-Tools zuzugreifen. Das Ziel für die Firmengruppe Max Bögl war es also, die gesamte Belegschaft zu erreichen, sodass sich alle Kolleg*innen gleichermaßen wertgeschätzt fühlen.

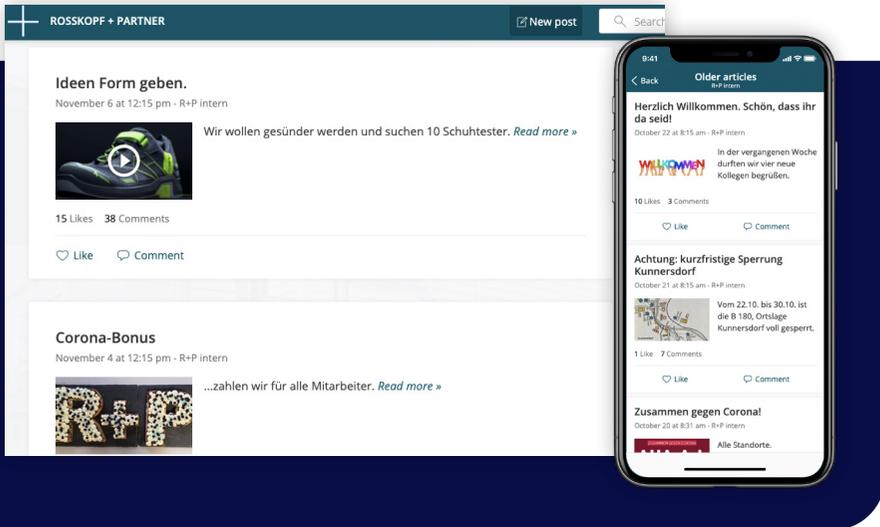
Lösung

Die *maxapp* ist nicht nur mobil, sondern von allen Endgeräten aus erreichbar. So können die kaufmännischen Mitarbeiter*innen auf dem Desktop auf die App zugreifen, die gewerblichen Mitarbeiter*innen dagegen mobil per Smartphone und Tablet. Auf wichtige Unternehmensinformationen kann direkt von der Startseite der App aus zugegriffen werden. Über den Menüpunkt Personal haben Mitarbeiter*innen Einblick in Gehaltstabellen, Daten der Arbeitssicherheit und werden über die Neuigkeiten des Betriebsrats auf dem Laufenden gehalten. Außerdem gibt es einen eigenen Bereich für Videobotschaften des CEOs. Der „Bögl Live!“ Kanal ermöglicht es der Belegschaft, selbstständig Bilder und Nachrichten zu posten und Beiträge der Kolleg*innen zu liken und zu kommentieren.

Ergebnisse

Die App ermöglichte es als erster Kanal überhaupt, interne Multiplikator*innen zu schaffen, sodass sich alle Mitarbeiter*innen gegenseitig auf dem neuesten Stand halten. Baggerfahrer*innen werden dazu erstmals mit Gesellschafter*innen oder Sekretär*innen verbunden und können sich so untereinander austauschen. Aktuell sind ca. 5.650 Mitarbeiter*innen auf der Plattform integriert und tauschen sich über ihren Arbeitsalltag aus. So stellt die Firmengruppe Max Bögl ein tolles Wertschätzungsgefühl aller Mitarbeiter*innen her.

Die Mitarbeiter*innen forderten eine einheitliche Kommunikation – ROSSKOPF + PARTNER antwortete mit einer Mitarbeiter-App



ca. 200



Obermehler,
Deutschland



2 Standorte
in Deutschland



Christin Bergmann,
Vorstandsmitglied

“ Mit der App können wir unseren Mitarbeiter*innen aktuelle Informationen unmittelbar zur Verfügung stellen. Auch ohne eigenes E-Mail-Postfach bietet sich diese schnelle Kommunikation an. Besonders stolz sind wir darauf, dass die Kommentarfunktion inzwischen rege genutzt wird, was uns im Führungsteam wichtige Impulse für Verbesserungen gibt.“

ROSSKOPF + PARTNER AG

seit Juni 2017

Herausforderung

Die ROSSKOPF + PARTNER AG ist ein mittelständisches Unternehmen mit über 200 Mitarbeiter*innen an zwei Standorten. Sie sind die Pioniere in der Mineralwerkstoffbearbeitung und haben umfangreiches Know-how in der Verarbeitung von Quarz- und Naturstein sowie Porzellan- und Glaskeramik. Bis 2017 gab es einen gedruckten Newsletter, der monatlich mit dem Lohnschein ausgeteilt wurde. Durch die Zunahme des Arbeitsvolumens im Marketing nahm die Frequenz allerdings ab. Die Mitarbeiter*innen fühlten sich zunehmend schlecht informiert, was eine Mitarbeiterbefragung bestätigte. Ein einfaches und zeitsparendes Werkzeug musste gefunden werden, um Informationen allen Mitarbeiter*innen zur Verfügung stellen zu können.

Lösung

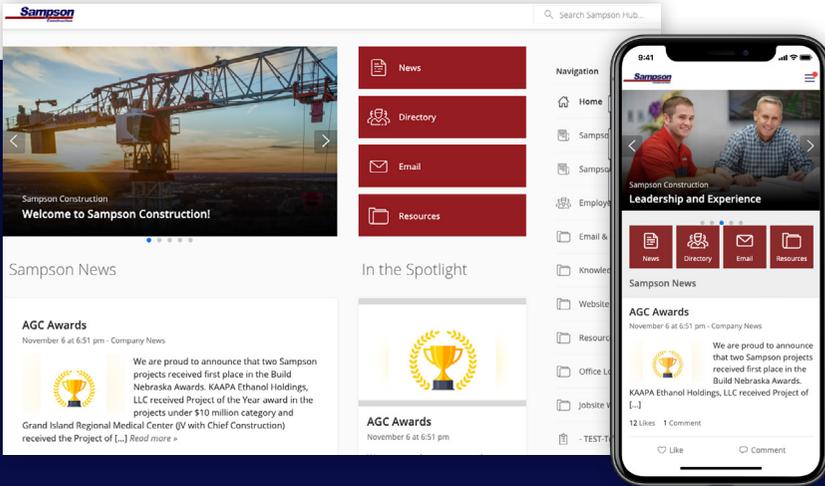
In einem Workshop lernte ROSSKOPF + PARTNER den Anbieter ihrer heutigen Mitarbeiter-App kennen. Diese innovative Lösung lässt nicht nur die Kommunikation von wichtigen, minutenaktuellen Informationen zu. Mit ihr konnten auch alle Inhalte des ehemaligen Papiernewsletters, wie die Vorstellung neuer Mitarbeiter*innen und deren Geburtstage und Jubiläen, abgedeckt werden. Der Vorteil lag im deutlich reduzierten Aufwand im Gegensatz zur Printgestaltung. Außerdem konnte die Transparenz im Unternehmen, beispielsweise durch die wöchentliche Kommunikation des Auftragseingangs und die Einbindung der Mitarbeiter*innen an Entscheidungen im Unternehmen, erhöht werden.

Ergebnisse

Knapp vier Monate nach Einführung konnte das ROSSKOPF + PARTNER Team ca. 50 Prozent aller Kolleg*innen als Nutzer*innen verzeichnen. Dabei half auch der Einsatz als Event-Tool, um sich zur Weihnachtsfeier anzumelden. Mittlerweile sind knapp 75 Prozent in der App aktiv. Die Ausstrahlung der unternehmensinternen Inhalte erfolgt regelmäßig und abwechslungsreich, so dass die Interaktionen in Form von Likes und Kommentaren bis heute immer weiter ansteigen. Einen Einblick in die Erfolge der Mitarbeiter-App gibt auch die Fallstudie unter staffba.se/rosskopfpartner.

Sampson Construction

Wellness am Arbeitsplatz - zu besserer Ernährung und Gesundheit mit einer Mitarbeiter-App



ca. 350



Lincoln,
USA



5 Standorte
in den USA



Travis Lucas,
Human Resource Director

“ Wir sind gerne Trendsetter bei Sampson und setzen jetzt Tools ein, um die Sicherheit zu erhöhen, zu kommunizieren und unser Wellness-Programm zu starten, das in unserer Branche einzigartig ist.“



SampsonHub
seit August 2017

Baugewerbe

Herausforderung

Als Bauunternehmen gab es bei Sampson nur wenige Möglichkeiten, interne Kommunikation zu betreiben. Trotzdem wollte das Unternehmen gerne einen gesünderen und besseren Arbeitsplatz für seine Mitarbeiter*innen gestalten und machte es sich zum Ziel, mit einem Wellness-Programm Vorreiter in der Branche zu werden. Dazu fehlte dem Unternehmen jedoch das passende Kommunikationstool, um alle Mitarbeiter*innen mit Informationen zu den neuen Möglichkeiten zu versorgen. Das Ergebnis: Die Belegschaft fühlte sich nicht ausreichend über das Angebot informiert.

Lösung

Um diesem Umstand entgegenzuwirken, entwickelte das Unternehmen eine Mitarbeiter-App, die die Mitarbeiter*innen nicht nur mit Informationen versorgt, sondern auch die Sicherheitskultur im Unternehmen fördert. Die App verlinkt intern auf genutzte Chemikalien, Materialien und Produkte, wodurch sich die Mitarbeiter*innen schnell und einfach individuell über wichtige Arbeitsschritte informieren können. Durch Push-Nachrichten können Mitarbeiter*innen sofort informiert und gegebenenfalls zum Mitmachen animiert werden. Außerdem bietet die App eine Rubrik, in der es alle Informationen zum umfassenden Gesundheitsprogramm des Unternehmens gibt.

Ergebnisse

Sampson Construction kann seinen Mitarbeiter*innen nun versichern, dass auf ihre Gesundheit und Ernährung Wert gelegt wird. Für sie zählt: „Workers who live well, build well.“ Nur einen Monat nach dem Launch der App im Dezember 2017 nutzten 80 Prozent der Mitarbeiter*innen die App bereits täglich, um miteinander zu kommunizieren und sich über die neuesten Gesundheitstipps des Unternehmens auszutauschen. Außerdem hilft das neue Kommunikationstool beim Einarbeiten neuer Mitarbeiter*innen und verbindet sie direkt mit ihren neuen Kolleg*innen. So wurde die App nicht nur ein Tool der internen Kommunikation, sondern auch gewinnbringend im Bereich Personalwesen eingesetzt.

Gesundheitswesen

Reinigungspersonal, Ärzt*innen, Pfleger*innen, Sicherheitspersonal, Student*innen, Fahrer*innen und Köch*innen – die Belegschaft im Gesundheitswesen ist vielfältig, aber eines haben alle Mitarbeiter*innen gemeinsam: Ihre Jobs finden nur selten an einem Schreibtisch statt. Das stellt auch eine besondere Herausforderung für die interne Kommunikation dar. Wie kann eine Belegschaft erreicht werden, die kaum an einem Ort versammelt ist und keinen Zugang zu traditionellen Kommunikationskanälen wie dem Intranet hat? Besonders relevant wird dieser Umstand in Krisensituationen wie der Corona-Pandemie. Es gibt nur wenige Branchen, in denen so viele wichtige und häufig zeitkritische Informationen ausgetauscht werden müssen, um die tägliche Arbeit zu meistern. Die interne Kommunikation muss es schaffen, alle Informationen schnell und gezielt zu übermitteln.

Wie funktioniert das und welche Erfahrungen können die Kommunikationsexpert*innen aus Deutschlands Krankenhäusern mit anderen Kommunikator*innen teilen? Im folgenden Kapitel findest du unter anderem die Erfahrungsberichte des Diakonie-Klinikums Stuttgart und der Paracelsus-Kliniken.



Diakonie-Klinikum Stuttgart

Vom angestaubten Intranet zur
modernen Mitarbeiter-App



ca. 1.600



Stuttgart,
Deutschland



1 Standort



Frank Weberheinz,
Unternehmenskommunikation

“ Dank unserer internen Kommunikationsplattform DIAKnow! von Staffbase haben wir die Möglichkeit, jeden einzelnen Mitarbeiter zu informieren, auch wenn er keinen Computerzugang am Arbeitsplatz hat. Wir erhalten ein großartiges Feedback für diese zeitgemäße und direkte Art der Kommunikation. “



DIAKnow!
seit April 2018

Herausforderung

Das akademische Lehrkrankenhaus hat acht Fachabteilungen, mehrere spezialisierte Zentren und behandelt jährlich fast 100.000 Patient*innen. Die Kommunikation funktionierte top-down durch Flyer, Aushänge in der Kantine und E-Mails. Allerdings verfügten nur rund ein Drittel der Belegschaft über einen E-Mail-Zugang, sodass viele Mitarbeiter*innen kaum oder gar nicht erreicht wurden. Auch Auszubildende oder Kolleg*innen in Elternzeit hatten nur wenige Möglichkeiten, auf dem Laufenden zu bleiben. Das sollte sich durch ein modernes Kommunikationstool ändern.

Lösung

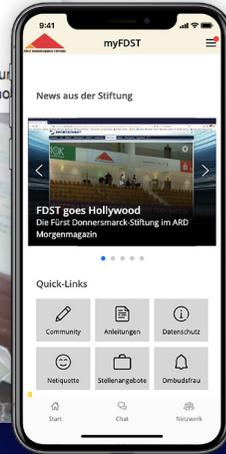
Deswegen launchte das Klinikum 2018 eine Mitarbeiter-App. Der Hauptgrund war vor allem ein praktischer: Fast alle der 1.600 Mitarbeiter*innen haben ein Smartphone. Durch die App wird sichergestellt, dass alle Zugang zu aktuellen Informationen haben. Neben News-Kanälen und Eventkalendern finden sich in der App sowohl persönliche Kanäle (z. B. ein Wohnungsmarkt und die Anmeldung zum jährlich stattfindenden Volksfest) als auch praktische Inhalte (z. B. der aktuelle Speiseplan und Fortbildungsangebote). Durch das integrierte Ideenmanagement werden Mitarbeiter*innen aktiv an Veränderungsprozessen beteiligt. Mithilfe des neuen Tools kann das Kommunikationsteam erstmals Inhalte zielgruppengenau für verschiedene Nutzergruppen ausspielen. Kurzweilige Angebote wie Quizze, Umfragen oder Gewinnspiele runden das Angebot ab.

Ergebnisse

Nach knapp drei Jahren informiert *DIAKnow!* mehr als 70 Prozent aller Mitarbeiter*innen, vor allem Auszubildende und Verwaltungsangestellte. Aber auch Ärzt*innen und Mitarbeiter*innen aus dem Pflegedienst haben die App sehr gut angenommen. Zukünftig soll die Nutzerquote von *DIAKnow!* durch ein erweitertes Angebot (Chat, Social Wall) und nützliche Serviceangebote erhöht werden. Außerdem soll das in die Jahre gekommene Intranet durch eine moderne Frontdoor-Lösung auf Staffbase-Basis ersetzt werden. So kommt zusammen, was zusammengehört. Die ganze Erfolgsstory der Mitarbeiter-App der Diakonie Stuttgart kann ausführlich unter dem Link staffba.se/DiakonieStuttgart nachgelesen werden.

Fürst Donnersmarck-Stiftung zu Berlin

Mitarbeiteridentifikation durch eine Mitarbeiter-App



ca. 650



Berlin,
Deutschland



3 Standorte
in Deutschland



Dr. Sebastian Weinert,
Referent für Öffentlichkeitsarbeit

“ Mit myFDST läuten wir eine neue Phase in der internen Kommunikation der Fürst Donnersmarck-Stiftung ein. Unsere Kommunikation wird schneller, dialogorientierter und dynamischer – die idealen Voraussetzungen für das Zeitalter der Digitalisierung.“



myFDST

seit Juni 2020

Herausforderung

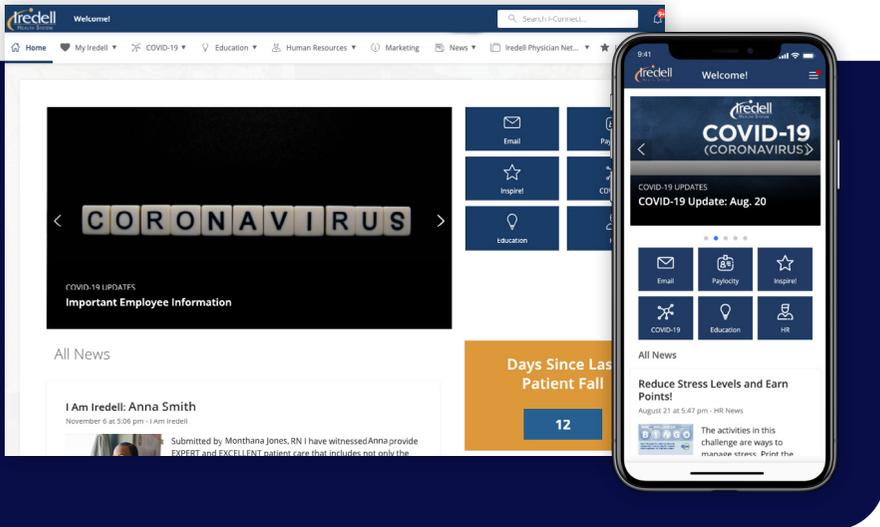
Die Fürst Donnersmarck-Stiftung gestaltet Angebote mit und für Menschen mit Behinderung. Sie versteht sich als Partnerin auf dem Weg zu mehr Inklusion und Teilhabe. Unter ihrem Dach vereint die Stiftung unterschiedliche Angebote, von der hochspezialisierten neurologischen Langzeit-Rehabilitation bis hin zur Hotellerie. Ihre Mitarbeiter*innen sind über ganz Berlin sowie die beiden weiteren Standorte verstreut. Viele sind in ambulanten Strukturen oder als Non-Desk-Mitarbeitende tätig. Die neue Intranet-Lösung sollte deswegen möglichst ortsunabhängig, schnell und einfach zu bedienen sein. Darüber hinaus wollte die Stiftung mit der Intranet-App die Mitarbeiteridentifikation und den internen Dialog stärken.

Lösung

Auf der Suche nach einem geeigneten Intranet-Angebot fand die Stiftung mit *myFDST* ein ideales Tool. Das Design ist individuell gestaltet und an das Corporate Design der Stiftung angepasst. Es ist optisch ansprechend, aufgeräumt und intuitiv zu nutzen. Die Arbeit mit der App ist übersichtlich und umfasst ein ausgereiftes Rechtemanagement. Mit *myFDST* können sowohl Desk-Mitarbeitende als auch Non-Desk-Mitarbeitende ortsunabhängig und standortübergreifend zeitgleich informiert werden – ganz egal ob es sich um Mitarbeiter*innen der Verwaltung, im Service oder auf einer ambulanten Tour handelt.

Ergebnisse

myFDST hat sich schon nach kurzer Zeit als ein wichtiger Bestandteil der internen Kommunikation der Fürst Donnersmarck-Stiftung etabliert. Neben ungefähr zehn festen Redakteur*innen verfassen regelmäßig auch Mitarbeiter*innen selbst Beiträge für das Angebot. Die Nutzer*innen schätzen *myFDST* und informieren sich gerne über die Entwicklung in den anderen Bereichen. Die Hoffnungen auf eine Beschleunigung der Kommunikation, auf mehr Dialog und eine Steigerung der Mitarbeiteridentifikation haben sich somit vollauf erfüllt.



ca. 1.700



Statesville,
USA



6 Standorte
in den USA



Meagan Kowalski,
Director of Planning,
Community Relations & Marketing

“*Unser bisheriges Intranet war alt, nicht mehr zeitgemäß und nicht nutzerfreundlich. Wir brauchten eine Lösung, die gut funktioniert und auf die alle von überall Zugriff haben.*“

I-Connect

seit November 2017

Herausforderung

Als das Iredell Memorial Hospital 1954 eröffnet wurde, war es ein 100-Betten-Krankenhaus mit dem Wunsch, sich auf das Wohl der Gemeinschaft zu konzentrieren. Heute beschäftigt es rund 1.700 Mitarbeiter*innen und ist damit der drittgrößte Arbeitgeber im Bezirk. Da die Belegschaft in einer Vielzahl von Abteilungen im Schichtsystem arbeitet und viele Mitarbeiter*innen an Standorten außerhalb des Hauptcampus tätig sind, konnte die Belegschaft von Iredell nicht über das veraltete Intranet erreicht werden. Außerdem war es mit seiner Fülle an verwirrenden Seiten und teilweise irrelevanten Informationen nicht benutzerfreundlich. Klassischerweise arbeitet die Belegschaft in Krankenhäusern zu einem großen Teil am Menschen und hat nicht ständig Zugang zu einem PC-Arbeitsplatz.

Lösung

Iredell entschied sich für eine mobile App, die das bestehende Intranet vollständig ersetzte. Mit der App können alle Mitarbeiter*innen im gesamten Gesundheitssystem erreicht werden. I-Connect wird verwendet, um Ankündigungen des CEOs, Änderungen von Richtlinien oder andere Anforderungen zu kommunizieren, interne Veranstaltungstermine mit dem Personal zu teilen und vieles mehr. Mitarbeiter*innen ohne PC-Arbeitsplatz können die App auch auf ihren Smartphones nutzen, um auf alle Informationen zuzugreifen, die sie benötigen, um auf dem Laufenden zu bleiben.

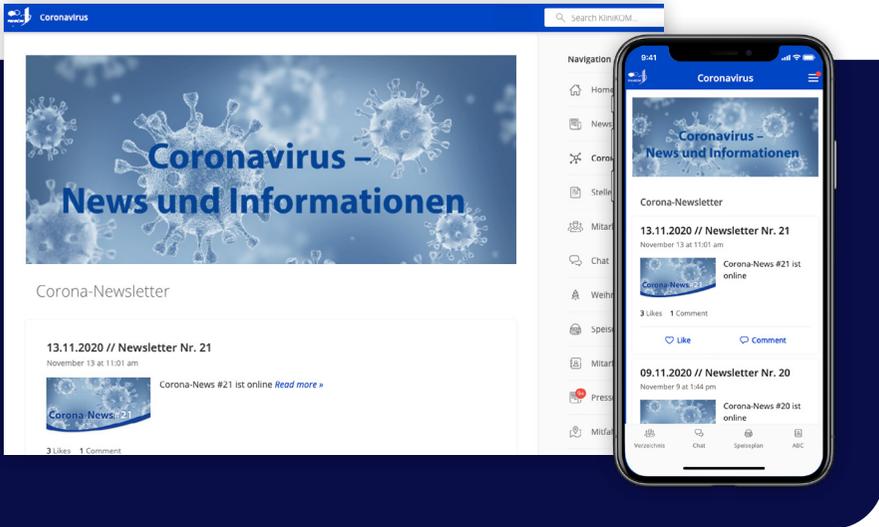
Ergebnisse

Iredell Health System startete mit der App *I-Connect* im November 2017. Nach zwei Monaten waren bereits 70 Prozent der 1.700 Beschäftigten registriert, und nun weist das neue Medium eine durchschnittliche Registrierungsrate von 94 Prozent auf. Die neue Mitarbeiter-App hat die alten Kommunikationsplattformen erfolgreich abgelöst und stellt nun allen Mitarbeiter*innen Informationen unabhängig von Zeit und Ort zur Verfügung.



Lahn-Dill-Kliniken

Effizient und transparent im Klinik-Alltag kommunizieren



ca. 2.400



Wetzlar,
Deutschland



3 Standorte
in Deutschland



Stefanie Mohr,
Marketing & Öffentlichkeitsarbeit

„Eines unserer Ziele mit der Mitarbeiter-App ist es, die Mitarbeiter besser zu erreichen, die keinen eigenen E-Mail-Zugang haben. Heutzutage ist effiziente und interaktive Kommunikation so gestaltet, dass man jederzeit Zugang zu Informationen haben muss. Und genau das klappt perfekt mit unserer App.“



KliniKOM

seit Juli 2017

Herausforderung

Der Klinikverbund der Lahn-Dill-Kliniken behandelt jährlich rund 40.000 Menschen. Um die bestmögliche Versorgung zu gewährleisten, muss transparent, effizient und bereichsübergreifend kommuniziert werden. In der Vergangenheit wurden neben der persönlichen Kommunikation zahlreiche Informationen überwiegend über E-Mail oder Aushänge weitergegeben. Da viele Mitarbeiter*innen keine eigene E-Mail-Adresse haben, war der Informationsfluss begrenzt. Ein modernes Tool zur internen Kommunikation sollte dabei helfen, alle Kolleg*innen zu erreichen und eine schnelle, effiziente sowie interaktive Kommunikation zu ermöglichen.

Lösung

Die Lahn-Dill-Kliniken entschieden sich für ihre eigene gebrandete Mitarbeiter-App *KliniKOM*. Mit der App ist die zielgerichtete und schnelle Kommunikation möglich: Das gesamte Unternehmen, einzelne Standorte und bestimmte Berufsgruppen können konkret angesprochen werden. Die Mitarbeiter*innen haben durch private Chats die Möglichkeit, persönlich und sicher miteinander zu kommunizieren. Die App beinhaltet News-Kanäle, Mitarbeiterprofile, ein Handbuch mit nützlichen Tipps sowie ein Mitarbeiter-ABC. Ein digitales Schwarzes Brett, eine Bildergalerie und interaktive Elemente wie Fotowettbewerbe lockern auf und vermitteln Wertschätzung. Die Einführung der App wurde mit kleinen gebrandeten Give-Aways wie Minzpastillen oder passenden Handycleanern beworben.

Ergebnisse

Noch heute verzeichnet die App fast täglich neue Nutzer*innen. Die meisten Mitarbeiter*innen greifen von unterwegs über die mobile App auf die Unternehmensplattform zu, aber auch die Desktop-Variante kommt vermehrt zum Einsatz. Die Nutzer schätzen vor allem die schnelle und ortsunabhängige Kommunikation. Dies ist gerade in Zeiten der Corona-Pandemie äußerst wichtig. So erhalten zwei Drittel der gesamten Belegschaft regelmäßige Updates zu Unternehmensinformationen und sind eingebunden in die genannten interaktiven Elemente wie beispielsweise den Fotowettbewerben.

NÖ Landesgesundheitsagentur

Rekord: So führt man eine
Mitarbeiter-App in nur 3 Tagen ein



ca. 27.000



St. Pölten,
Österreich



77 Standorte
(Kliniken und
Pflege-, Betreuungs-
und Förderzentren)



Matthias Hofer,
Kommunikationschef
und Projektleiter

„Gerade angesichts der Entwicklungen im Zusammenhang mit dem Corona-Virus war es zwingend notwendig, die Information von Mediziner*innen und Pflegepersonal entsprechend rasch und umfassend zu gewährleisten.“



LGA Update

seit März 2020

Herausforderung

Die Niederösterreichische Landesgesundheitsagentur (LGA) ist ein Zusammenschluss der Landes- und Universitätskliniken sowie Pflege-, Betreuungs- und Förderzentren. In Krisen wie der Corona-Pandemie sind Angestellte im Gesundheitswesen besonders gefordert. Schnelle und transparente Kommunikation hilft dabei, Unsicherheiten zu minimieren und die Arbeit aller Beschäftigten angemessen zu würdigen. Deshalb hat die Agentur entschieden, schnell zu handeln und ihre Kommunikation innerhalb von nur drei Tagen zu digitalisieren, um die Mitarbeiter*innen bestmöglich mit Informationen zu versorgen.

Lösung

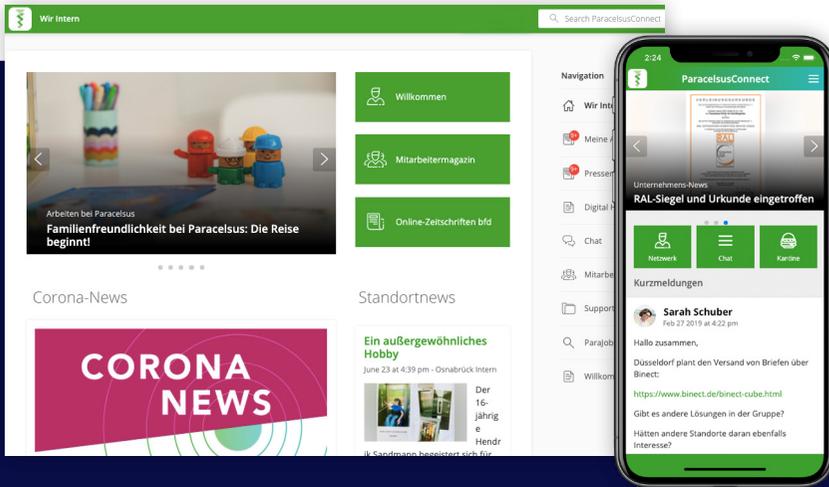
27.000 Beschäftigte aller 27 Landes- und Universitätskliniken, der 50 Pflege-, Betreuungs- und Förderzentren sowie der Zentrale werden nun über die Kommunikations-App *LGA Update* auf dem Laufenden gehalten. Die App beinhaltet aktuelle Statusmeldungen sowie Tipps und videounterstützte Anleitungen zum richtigen Umgang mit Schutzausrüstung. Besonders Letzteres war bei der hohen Gefahrenlage für medizinisches Personal während der Pandemie unabdingbar. Darüber hinaus werden über den mobilen Kommunikationskanal auch zahlreiche wichtige Fragen und Antworten zu dienstlichen, medizinischen und rechtlichen Themenbereichen erörtert. In Stresssituationen hilft eine übersichtliche FAQ-Seite, wichtige Informationen und Antworten schnell zu finden.

Ergebnisse

Mit Hilfe der App wurden Informationen an alle Mitarbeiter*innen in Rekordzeit verbreitet – schneller als mit jedem analogen Kanal. Allein in den ersten zwei Wochen nach dem Launch der App verzeichnete *LGA Update* 7.500 neue Nutzer*innen mit über 63 veröffentlichten Beiträgen. Mittlerweile ist die App zur zentralen Drehscheibe der Mitarbeiterkommunikation im gesamten Unternehmen gewachsen. Den Mitarbeitenden stehen sämtliche unternehmensinterne Informationen, Ausbildungsangebote oder etwa die Mitarbeiterzeitschrift als Online-Magazin zur Verfügung. Zudem gibt es einen öffentlichen Bereich, wo nicht nur Mitarbeitende, sondern beispielsweise auch Patient*innen auf wesentliche Gesundheitsinformationen zugreifen können. Einen Einblick in den rasanten Launch dieses ein Webinar: staffba.se/NÖ.

Paracelsus-Kliniken Deutschland

Standortspezifische und standortübergreifende
Kommunikation mit einem Tool



ca. 4.800



Osnabrück,
Deutschland



18 Standorte
in Deutschland



Dirten von Schmeling,
Pressesprecherin

“ Von einer Gruppe von Kliniken zu einer
Klinikgruppe werden – ParacelsusConnect
diesen Kulturwandel von Anfang an voran.“



ParacelsusConnect seit August 2018

Herausforderung

Die Paracelsus-Kliniken Deutschland betreiben Krankenhäuser, Reha-Einrichtungen und ambulante Praxen an bundesweit 18 Standorten. Die Einführung der App im Sommer 2018 war eines der ersten digitalen Großprojekte nach der Übernahme eines neuen Inhabers. Den Kulturwandel im Unternehmen und den daraus resultierenden sehr hohen internen Kommunikationsbedarf konnten bestehende Tools (E-Mail-Verteiler, Schwarzes Brett, Mitarbeiterversammlung, etc.) kaum abbilden. Eine gelebte digitale Kommunikationskultur gab es damals kaum, die Skepsis gegenüber einer Arbeitgeber-App auf dem privaten Handy war groß, Handyverbote z. B. auf verschiedenen Stationen war auch kein Treiber.

Lösung

ParacelsusConnect lebt heute von aktuellen und vor allen Dingen relevanten Informationen für die Mitarbeiter*innen. Deshalb gibt es in der neuen Mitarbeiter-App einerseits zentrale Newskanäle und Bereiche (z. B. Personalinfos). Darüber hinaus erstellen Mitarbeiter*innen vor Ort lokal zugeschnittene Inhalte, die der Belegschaft des Standortes automatisch zur Verfügung stehen. Viele Inhalte sind ausschließlich über die App erhältlich. Eine Desktopversion ermöglicht z. B. Mitarbeiter*innen in der Pflege die Nutzung auch während der Arbeitszeit. Gewinnspiele, Speisepläne oder Umfragen machen *ParacelsusConnect* zusätzlich attraktiv.

Ergebnisse

Nach nur 12 Wochen Vorbereitung wurde *ParacelsusConnect* im August 2018 eingeführt. Im Mitarbeitermagazin, mit Plakaten und im Onboarding-Prozess wird die App regelmäßig beworben. Einen erheblichen Aufschwung bei Nutzerzahlen und Interaktion erfuhr die App bei Beginn der Corona-Krise im Frühjahr 2020. Tagesaktuell und jederzeit abrufbar wurde diese Krise mit wichtigen Informationen und Bestimmungen, Tutorials, Aushängen zum Ausdrucken etc. eng kommunikativ begleitet. Derzeit nutzen mehr als zwei Drittel der Mitarbeiter*innen *ParacelsusConnect*, Tendenz steigend. Damit ist die App ein wesentlicher Baustein auf dem Weg zur Paracelsus Gesundheitsfamilie.

Verkehrsunternehmen

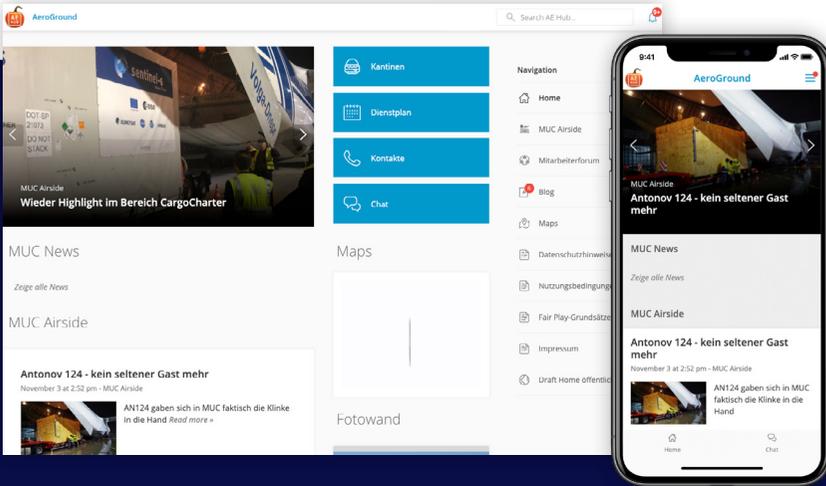
Die Kommunikationsabteilungen öffentlicher Verkehrsunternehmen sind mit der Situation konfrontiert, dass ihre Mitarbeiter*innen tagtäglich auf den Straßen der Städte, auf Luftwegen sowie den Schienen des Landes unterwegs sind. Das Schwarze Brett reicht deswegen als Kommunikationsmittel schon lange nicht mehr aus.

Wie das folgende Kapitel zeigt, bietet eine Mitarbeiter-App nicht nur einen zentralen Ablageort für wichtige Unternehmensinformationen. Mitarbeiter*innen können in der App außerdem Schichtpläne abrufen und sich im Unternehmens-Chat untereinander austauschen. Aus Perspektive der Datensicherheit ungeeignete WhatsApp-Gruppen sind damit ein Problem der Vergangenheit. Zeitkritische Fragen können via App sofort von Kolleg*innen, Führungskräften oder der Kommunikationsabteilung beantwortet werden. Das kommt nicht nur der Belegschaft zugute, sondern auch den Kund*innen, die von einer kompetenten Belegschaft betreut und beraten werden. Wie die Umsetzung einer Mitarbeiter-App im Öffentlichen Personennahverkehr konkret aussehen kann, liest du auf den nächsten Seiten unter anderem an den Beispielen der Berliner Verkehrsbetriebe BVG, des Flughafens Düsseldorf und den Verkehrsbetrieben Hamburg-Holstein.



AeroGround Flughafen München GmbH

Per mobilem Kanal wird die interne Kommunikation zum Überflieger



ca. 2.500



München,
Deutschland



2 Standorte
in Deutschland



Axel Feil,
Leiter Vertrieb, Marketing
und Business Development

“ Durch die Einführung von AE HUB können wir nun in Echtzeit unsere Mitarbeiter*innen mit tagesaktuellen Information versorgen. Während der Covid19-Pandemie war diese unmittelbare und schnelle Kommunikation überaus vorteilhaft. Besonders freut uns auch, dass die Mitarbeiter*innen dieses neue Medium so positiv angenommen haben und aktiv mit eigenen Beiträgen und Kommentaren zu einer Verbesserung der Feedbackkultur in der AeroGround beitragen.“



AE HUB

seit Dezember 2018

Herausforderung

Als Logistik-Dienstleister im Bereich der Flugzeug- und Gepäckabfertigung sind bei der AeroGround mehr als 90 Prozent der Beschäftigten im operativen Betrieb tätig und arbeiten im Schichtdienst ohne PC-Arbeitsplatz. Mit den beiden Betrieben am Flughafen München und Berlin-Brandenburg sind die Mitarbeitenden der AeroGround zudem auf unterschiedliche Standorte verteilt. Die interne Kommunikation erfolgte bislang lokal und zu einem Großteil mittels Printmedien. Ziel war es, ein innovatives Kommunikationsmedium für eine standortübergreifende und zeitnahe Mitarbeiterkommunikation zu etablieren. Ein besonderer Fokus lag darauf, Dienstpläne direkt und ortsungebunden digital verfügbar zu machen, um zeitaufwendige und schwer aktualisierbare Schichtplan-Ausdrucke in den Aufenthaltsräumen abzulösen.

Lösung

Die Mitarbeiter-App *AE HUB* ist der neue, primäre interne Kommunikationskanal der AeroGround. Der Dienstplan war eines der ersten Plug-Ins, daraufhin folgte ein eigener Kanal für die Geschäftsführung, über den wichtige Unternehmensnachrichten kommuniziert werden. Weiterhin gibt es einen Blog für Fehlermeldungen, Störungen und Verbesserungsvorschläge sowie eine interaktive Landkarte für eine bessere Orientierung auf dem Flughafengelände. Außerdem wurden im Vorfeld FAQs in der App beantwortet, ein Erklärvideo erstellt, Führungskräfte zum Umgang mit Feedback in der App mittels Multimedia-Seminaren geschult und Fair-Play-Regeln aufgestellt. Um diverse und interdisziplinäre Beiträge liefern zu können, wird die Redaktion von sogenannten Bereichsredakteur*innen aus den jeweiligen Fachbereichen mit Anregungen und Themen versorgt. So kann ein umfassendes Angebot für eine breite Leserschaft geschaffen werden.

Ergebnisse

Seit Einführung der App am Standort München haben sich innerhalb von sieben Monaten über 80 Prozent der Mitarbeiter*innen in *AE HUB* angemeldet und die Interaktionsrate der Nutzer*innen liegt bei fast 90 Prozent. AeroGround hat es geschafft, sowohl die Interaktion zwischen den Mitarbeitenden deutlich zu verbessern, als auch wichtige Unternehmensinformationen über die App schnell und unkompliziert allen Mitarbeiter*innen in kürzester Zeit zugänglich zu machen.



Berliner Verkehrsbetriebe BVG

#weilwirdichlieben



ca. 15.000



Berlin,
Deutschland



28 Standorte



David Rollik,
Leiter Kommunikation

“ Die Kolleg*innen bringen sich ein, äußern sich konstruktiv zu den Beiträgen und wollen sich auch untereinander austauschen. Das ist seit November 2018 durch die Nutzung von Kommentaren und dem Chat in der App noch besser möglich und wird sehr gut angenommen. Monatlich bekommen wir mehr als 1.000 Kommentare.“

PROFIL

PROFIL

seit November 2015

Herausforderung

Ähnlich wie in der Logistikbranche arbeiten im Nahverkehr fast 80 Prozent der Angestellten im Feld und sitzen nicht am Schreibtisch. Dadurch sind sie von gängigen Kommunikationskanälen wie Intranet, E-Mail oder Aushängen abgeschnitten. Bei den Berliner Verkehrsbetrieben gab es keine Plattform, die alle Mitarbeiter*innen in Echtzeit erreicht. Genau diese Mitarbeiter*innen entscheiden jedoch über den Erfolg des Unternehmens, denn sie stehen im täglichen Kontakt mit den Kund*innen und prägen so das Öffentlichkeitsbild der Marke.

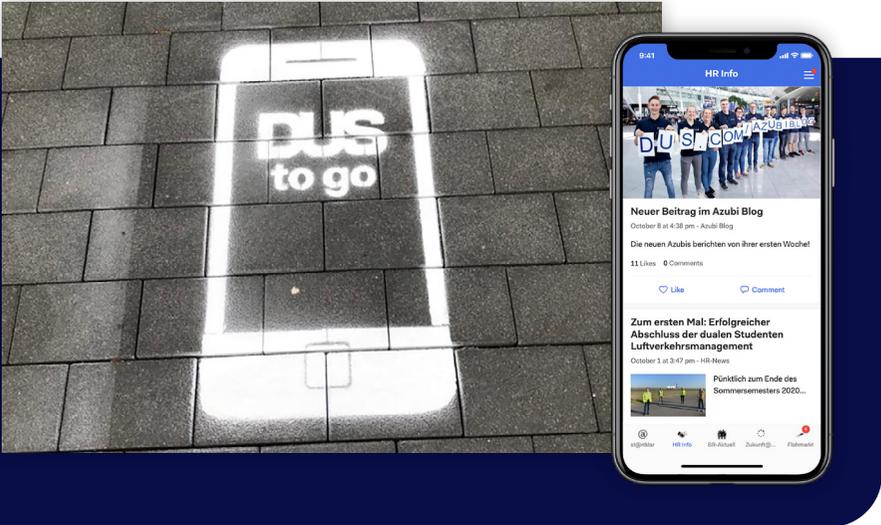
Lösung

PROFIL ist eine Mitarbeiter-App mit vielseitigen Einsatzmöglichkeiten, die das gleichnamige gedruckte Mitarbeitermagazin sowohl bei Geschwindigkeit und Aktualität als auch hinsichtlich der Interaktionsmöglichkeiten überholt. Die App trägt die Themen, die das Unternehmen bewegen, direkt zu den Beschäftigten – und zwar zielgruppengerecht über personalisierte Nachrichtenkanäle. Der Chat und die Kommentarfunktion regen zum unternehmensinternen Dialog und zur Vernetzung an und erlauben eine Echtzeit-Kommunikation. Insbesondere in Krisensituationen ermöglicht *PROFIL* die schnelle und zielgerichtete Vermittlung von Informationen.

Ergebnisse

Die BVG wirbt mit dem Slogan „Weil wir dich lieben“. Dass das Unternehmen nicht nur seine Kund*innen, sondern auch seine Mitarbeiter*innen liebt, zeigt es seit fünf Jahren mit *PROFIL*. Während der Corona-Pandemie entwickelte sich die mobile, moderne und interaktive App zu einem unverzichtbaren Instrument der Unternehmenskommunikation. 2.000 News-Beiträge, 2.000.000 Seitenaufrufe, 75.000 Likes und mehr als 11.000 Kommentare innerhalb eines Jahres beweisen, dass die App im Alltag der Beschäftigten angekommen ist. Die App trägt zur Unternehmensidentifikation bei und hält die Mitarbeiter*innen informiert, leistungsfähig und motiviert. Die Zufriedenheit der Belegschaft mit dem Arbeitsplatz hat indirekt auch einen positiven Einfluss auf die Kundenzufriedenheit. Einen ausführlichen Einblick in die Mitarbeiter-App der BVG verschafft auch eine Fallstudie unter staffba.se/BVG.

Wie der Flughafen
Düsseldorf seine interne
Kommunikation digitalisiert



ca. 2.300



Düsseldorf,
Deutschland



1 Standort



Christian Hinkel,
Leiter Media Relations &
Interne Kommunikation

“ Wir haben gesehen, dass es mittlerweile tolle digitale Möglichkeiten gibt, alle Mitarbeiter schnell und zuverlässig zu erreichen. Wir wollten mit der Zeit gehen und haben uns deswegen für eine Mitarbeiter-App entschieden. In der Luftverkehrsbranche ist es besonders wichtig, schnell reagieren zu können.“

DUS to go

seit Januar 2019

Herausforderung

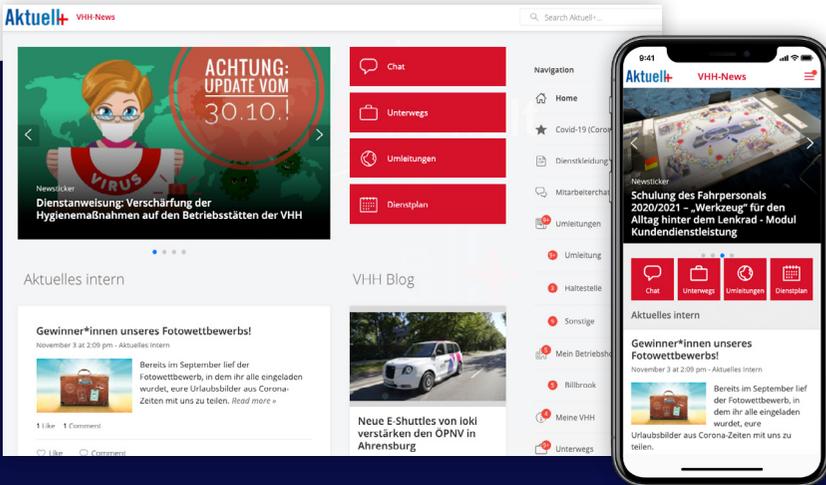
Der Flughafen Düsseldorf ist der drittgrößte Flughafen bundesweit. Die Mitarbeiter*innen arbeiten weit verteilt auf dem gut 600 Hektar großen Areal. Weil die Digitalisierung ein bedeutender Teil der Unternehmensstrategie ist, soll die interne Kommunikation stets innovativ sein. Zwar existierte ein Intranet auf Basis von SharePoint 2010, doch es ließ nur bedingt eine Zusammenarbeit zu und war vor allem für die vielen Non-Desk-Mitarbeitenden nur schwer zugänglich. Ähnlich verhielt es sich auch beim E-Mail-Newsletter. Ein Großteil der Kommunikation lief also analog über Schwarze Bretter, die überall auf dem Gelände verteilt waren. Doch gerade über den analogen Kanal kamen wichtige und vor allem kurzfristige News nicht schnell genug bei den Mitarbeiter*innen an.

Lösung

Durch die Einführung der Mitarbeiter-App *DUS to go* wurde ein digitaler Weg gefunden, die komplette Belegschaft zu erreichen und die Kommunikation zu dialogisieren. Die Mitarbeiter*innen des Flughafens haben nun auch die Möglichkeit, sich aktiv an der internen Kommunikation zu beteiligen. Sie können durch die Kommentarfunktion Fragen stellen, durch Bilder, Videos und GIFs Feedback geben, ihre Meinung äußern und selber Ideen einbringen. Die Mitarbeiter-App gibt ihnen eine wichtige Stimme, die sie vorher nicht hatten.

Ergebnisse

Mit einer Anmeldequote von 75 Prozent ist die App ein von der Mehrheit genutztes Tool, welches zusätzlich den Austausch zwischen den Mitarbeiter*innen stärkt. Durch die App kommt man mit Kolleg*innen in Kontakt, mit denen man sonst wenig zu tun hat. Dadurch konnte die Teamarbeit verbessert werden. Mit *DUS to go* ist die interne Kommunikation am Puls der Zeit und sie kann auch in Zukunft neue, innovative Wege mit der App gehen. Eine Fallstudie (verfügbar unter staffba.se/flughafenduesseldorf) gibt einen ausführlicheren Einblick in die Erfolgsgeschichte der Mitarbeiter-App *Dus to go*.



ca. 2.500



Collin Jacobs und Nancy Thiel,
Projekt-Team Aktuell+



Hamburg,
Deutschland



12 Standorte
(Hamburg und
Schleswig-Holstein)

„*Unsere Busfahrer*innen stehen in der Öffentlichkeit. Sie müssen Dinge, die unsere Dienstleistung betreffen, zuerst erfahren. Das Aktuell+ bietet Informationen, Austausch, Netzwerk und ist ein riesiges, immer aktuelles Lexikon. Unsere Inhalte sind so spannend und wichtig, dass fast alle Mitarbeiter*innen der VHH unser Aktuell+ nutzen und sich selbst in Kommentaren oder im Forum einbringen.*“



Aktuell+

seit Juni 2018

Herausforderung

Die VHH ist mit rund 2.500 Mitarbeitenden und über 680 Bussen das drittgrößte kommunale Busunternehmen Deutschlands und befördert jährlich etwa 100,8 Millionen Fahrgäste. Um die Menschen sicher und komfortabel ans Ziel zu bringen, geben die Mitarbeiter*innen jeden Tag ihr Bestes. Sie selbst blieben jedoch in puncto Kommunikation auf der Strecke: 80 Prozent der Belegschaft arbeitet in Werkstätten und im Fahrdienst. Es fehlte ein zeitgemäßer und aktueller Informationsaustausch. Und es wird immer mehr Wissen verlangt, um die Aufgaben im Fahrdienst in einer schnelllebigem Umgebung verlässlich zu bewerkstelligen. Die VHH wollte ein Tool zur internen Kommunikation einsetzen, das die Trennung zwischen Verwaltungsangestellten und Beschäftigten ohne Büroarbeitsplatz überwindet und Kommunikation auf Augenhöhe ermöglicht.

Lösung

Um die Mitarbeiter*innen miteinander zu verbinden, musste die Lösung mobil sein. Die VHH entschied sich für eine App für die Belegschaft auf Basis der Technologie von Staffbase. *Aktuell+* beinhaltet eine Seite mit aktuellen Nachrichten, einen Chat, die direkte Verlinkung zur Karriereseite und personalisierte Dienstpläne. Außerdem finden sich in der App auch regelmäßig aktualisierte Handbücher für den täglichen Einsatz im Fahrbetrieb und Tutorials zur Weiterbildung der Belegschaft. Die Interaktion in der App wird durch die Möglichkeit, Inhalte zu liken und zu kommentieren, angeregt. Alle Nutzer*innen der App können eigene Themen im Forum einbringen. Das Potenzial der App zeigte sich insbesondere während der Corona-Krise, in der die Berufsgruppe der Busfahrer*innen durch den täglichen Kontakt zu den Fahrgästen besonderen Risiken ausgesetzt war. Über einen Live-Chat mit der Geschäftsführung hatten die Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, ihre Fragen direkt an das Management zu stellen, aber auch Sorgen zu teilen und Vorschläge zu machen. Der zugehörige Beitrag in der App wurde mehr als 7.000 Mal angesehen.

Ergebnisse

Obwohl die Nutzung der App freiwillig ist, sind heute 1.700 von 2.500 Mitarbeiter*innen angemeldet. Das liegt auch an den umfassenden Marketing-Maßnahmen wie Infoständen auf allen VHH-Standorten und einem persönlichen Brief an alle Mitarbeiter*innen, der zum Launch verschickt wurde.

Finanzwesen & Beratung

Bank-, Finanz- und Beratungswesen sind Bereiche, in denen die höchsten Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen gelten. Diese Branchen gehören zu den am stärksten regulierten Industrien der Welt und sind geprägt von äußerst anspruchsvollen Kundenerwartungen. Besonders wichtig für die Branchen sind deshalb qualifizierte, kompetente Mitarbeiter*innen, die stets über aktuelle Entwicklungen und Prozesse im Unternehmen informiert sind. Die Zahlen des Statistischen Bundesamtes zeigen allerdings: Die richtigen Mitarbeiter*innen zu finden ist gar nicht so leicht. Berufe der Versicherungswirtschaft oder des Bankwesens finden sich längst nicht mehr unter den Top 20 Ausbildungsberufen Deutschlands¹. Parallel zu den schwindenden Auszubildenden findet in der Branche zudem, wie auch in vielen anderen Bereichen, ein Strukturwandel durch die Digitalisierung statt. Es gilt also den Spagat zu schaffen zwischen Tradition und neuen Möglichkeiten, immer mit Blick auf die strengen Sicherheitsanforderungen der Branche.

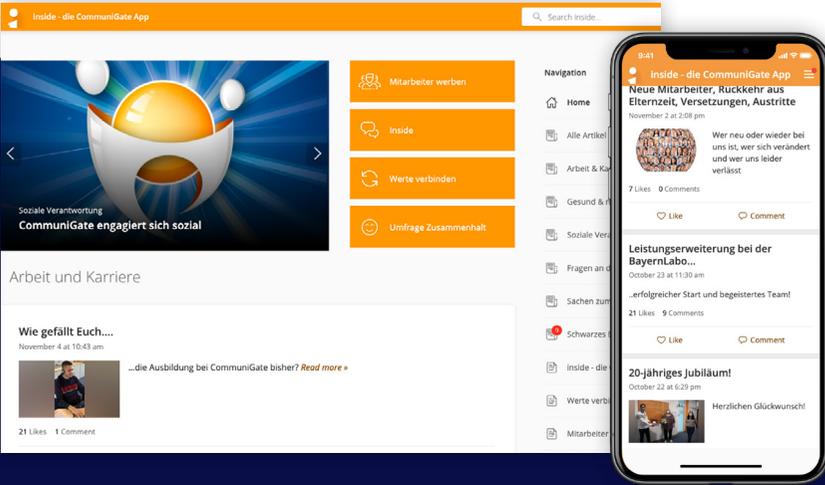
Bei der SV Sparkassenversicherung, der Sparda-Bank Berlin und der Württembergischen Versicherung wurden diese Herausforderungen mit einer Mitarbeiter-App gemeistert. Die App ist ein modernes Kommunikations-Tool, das die Trends der Digitalisierung wie Interaktivität und Mobilität in sich vereint. Die App kann einerseits für spezielle Zielgruppen wie die Azubis genutzt werden, um das Onboarding zu erleichtern, und kann andererseits alle Mitarbeiter*innen im Unternehmen mit aktuellen Informationen versorgen, damit diese immer bestens informiert an die Kundschaft treten. Unterm Strich hat der bessere Informationsfluss zudem einen positiven Einfluss auf das Employer Branding und kann so helfen, neue Auszubildende zu gewinnen. Wie die genannten Dienstleister und Banken ihre Apps konkret nutzen und welche Tipps die Unternehmen für dich haben, liest du im folgenden Kapitel.

1. Versicherungsbote: Versicherungsbranche bildet weniger Azubis und Azubinen aus, 2019, online verfügbar unter staffba.se/versicherungsbote



CommuniGate Kommunikationsservice GmbH

Wertschätzung durch eine Mitarbeiter-App



ca. 500



Passau,
Deutschland



1 Standort



Heike Öland,
Marketingmanagerin

“ Wir suchten ein Instrument, mit dem wir schnell, aktuell und interaktiv mit den Mitarbeiter*innen kommunizieren können. Gleichzeitig sollten die Informationen jederzeit für alle verfügbar sein. Da war die App die ideale Lösung für uns!“



inside - Die CommuniGateApp

seit Dezember 2015

Herausforderung

Beim Kommunikationsdienstleister CommuniGate sitzen alle Mitarbeiter*innen an einem Schreibtisch-Arbeitsplatz und die Unternehmenskommunikation läuft hauptsächlich über E-Mail, Newsletter und das Intranet. Das Unternehmen setzte sich zum Ziel, eine zeitgemäße, digitale und zentrale Kommunikationslösung zu finden, über die schneller, aktueller und interaktiver kommuniziert werden kann. Sie sollte den Gewohnheiten und Bedürfnissen der Mitarbeiter*innen an eine moderne Kommunikation gerecht werden.

Lösung

In der internen Kommunikation geht es nicht länger nur darum, Mitarbeiter*innen fernab vom Arbeitsplatz zeit- und ortsunabhängig zu erreichen. Stattdessen wird es für Unternehmen wichtiger denn je, agiler, flexibler und schneller zu kommunizieren und die Digitalisierung für eine positive Mitarbeiterbindung zu nutzen. Die Mitarbeiter-App *inside* von CommuniGate fördert die Mobilität und lässt die Mitarbeiter*innen durch Likes, Kommentare und das Teilen von Beiträgen an der Kommunikation teilhaben.

Ergebnisse

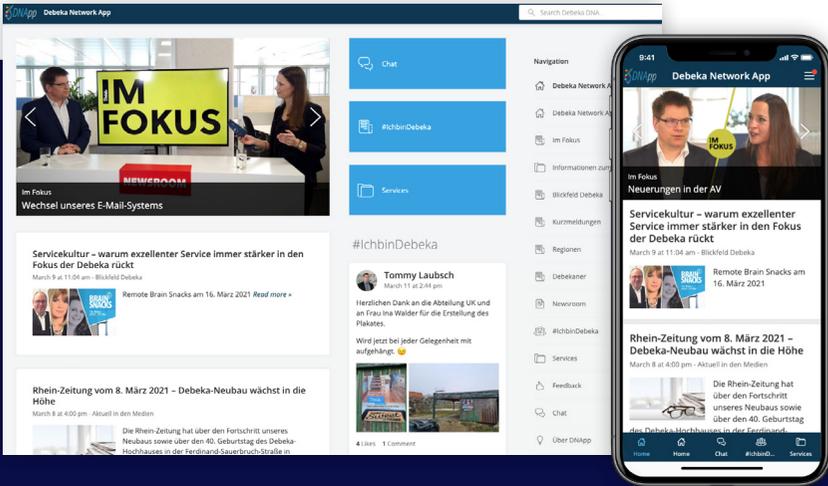
Zur Einführung der App entwickelte CommuniGate ein Konzept mit wechselnden Plakaten, Flyern und persönlichen Anmelde links für die App. Die Struktur der App ist an den zentralen Unternehmenswerten ausgerichtet und es gibt interaktive Newskanäle und statische Informationsseiten. Mittlerweile hat sich der Kanal zur zentralen und standortübergreifenden Kommunikationsplattform entwickelt. In dem Unternehmen wird die App durch emotionale Elemente, wie das Posten von privaten Neuigkeiten oder Gamification-Elementen, wie einen Adventskalender oder ein WM-Tippspiel, auch zur Mitarbeiterbindung genutzt und besitzt so nicht nur einen reinen Informationscharakter, sondern auch einen gewissen Unterhaltungswert. Die ganze Erfolgsstory gibt es zum Nachlesen unter staffba.se/communigate.

Debeka

Versichern und Bausparen

Debeka Gruppe

Mehr Miteinander mit einer Mitarbeiter-App: Die DNApp vereint alle Außen- und Innendienstler*innen



ca. 16.500



Koblenz,
Deutschland



ca. 1.400 Standorte
in Deutschland



Christian Arns,
Leiter der Abteilung
Konzernkommunikation

„*Unsere App heißt Debeka Network App (DNApp), da sie den Kern unserer Konzern-DNA – das Füreinander – widerspiegeln soll. Uns war wichtig, dass unsere Mitarbeiter*innen mit dem neuen Tool die Gelegenheit bekommen, über ihr Unternehmen Neues zu lesen, Hintergründe zu erfahren, sich auszutauschen und auch alltägliche Informationen wie den Speiseplan abrufen zu können.*“



DebeKa Network App (DNApp)

seit Mai 2019

Herausforderung

Im Jahr 2014 wurde die Kommunikationsabteilung der DebeKa Versicherungs- und Bauspargruppe neu aufgebaut und ein neues Team für die interne Kommunikation gebildet. Dieses setzte sich zum Ziel, zeitgleich die Hälfte der Mitarbeiter*innen im Außendienst und die andere Hälfte in der Verwaltung zu erreichen. Das existierende Intranet diente den Mitarbeiter*innen bisher eher als Fachbuch und weniger als Möglichkeit für den aktiven Austausch mit den Kolleg*innen. Das wollte das Team der internen Kommunikation unbedingt ändern.

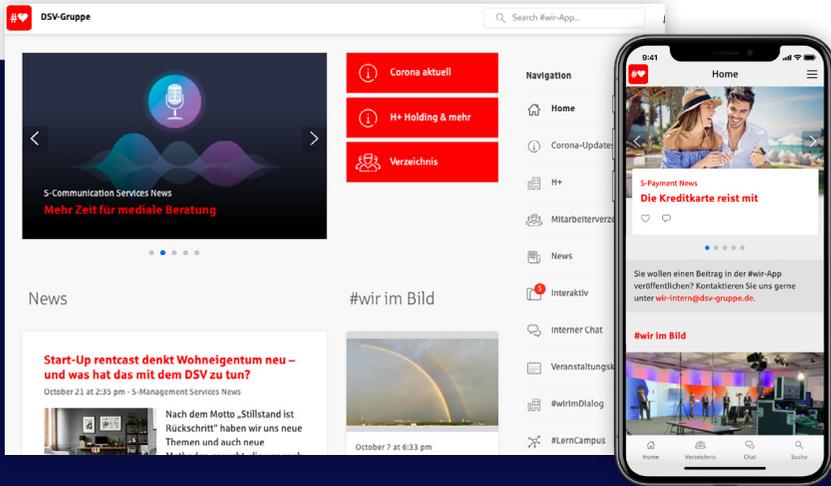
Lösung

Die erste Idee, eine gedruckte Mitarbeiterzeitung anzubieten, wurde schnell verworfen. Eine zeitgemäße, digitale Lösung musste her. Bei der Recherche nach geeigneten Tools fand das Team Staffbase, einen Softwareanbieter für interne Kommunikation, und entschied sich, stattdessen eine Mitarbeiter-App einzuführen. In der App sollte dann die Mitarbeiterzeitung digital angeboten und weitere Services angeboten werden. In der Testphase wurden zunächst ca. 400 Führungskräfte eingeladen und erstes Feedback gesammelt. Ab Ende Mai 2019 konnten alle Mitarbeiter*innen auf die App zugreifen. Um ein Bewusstsein für die App zu schaffen, wurde die neue Kommunikationsplattform mit verschiedenen Mitteln (Messestand, großer Mitarbeiterversammlung und Kommunikation von Meilensteinen) intern beworben.

Ergebnisse

Ausgestattet mit Social Wall und Chat fördert die *DNApp* die Kommunikation mit und zwischen den Mitarbeiter*innen – und das sogar (auf freiwilliger Basis) über deren private Endgeräte. Mittlerweile nutzen über 70 Prozent der Belegschaft die App. Der Fokus der Inhalte liegt neben unternehmensstrategischen Hintergrundinformationen und Change-Kommunikation auch auf der Stärkung des Gemeinschaftsgefühls: Die Mitarbeiter*innen geben häufig persönliche Einblicke in ihr Arbeitsgebiet und fördern somit das Wissen über- und das Verständnis füreinander. Auch in Krisenzeiten wie der Corona-Pandemie kam die App optimal zum Einsatz und sicherte die schnelle und reibungslose Kommunikation mit den Mitarbeiter*innen.

Einheitliche Unternehmenskommunikation
durch eine Mitarbeiter-App



ca. 2.100



Stuttgart,
Deutschland



8 Standorte
in Deutschland



Heike Habersang,
Referentin
Unternehmenskommunikation
mit fachlicher Führung

“*Unsere Mitarbeiter-App soll das Gemeinschaftsgefühl stärken und mehr Nähe zwischen den Mitarbeiter*innen in den verschiedenen Unternehmen und an allen Standorten der DSV-Gruppe schaffen.*“



#WirApp
seit April 2018

Herausforderung

Die DSV-Gruppe ist ein zentraler B2B-Dienstleister für die Sparkassen-Finanzgruppe. Die rund 2.100 Mitarbeiter*innen arbeiten in insgesamt acht Unternehmen der DSV-Gruppe an bundesweit verteilten Standorten. Basierend auf voneinander unabhängigen Intranets in den Unternehmen der Gruppe gab es keine Möglichkeit, gruppenweit Informationen und Wissen auszutauschen und eine gemeinsame Unternehmenskultur aufzubauen. Durch einen Wechsel der Unternehmensspitze im Jahr 2018 hat die interne Kommunikation in der DSV-Gruppe an Bedeutung gewonnen. Das Unternehmen stellte sich die Frage, wie die einzelnen Standorte und Unternehmen besser miteinander vernetzt werden können.

Lösung

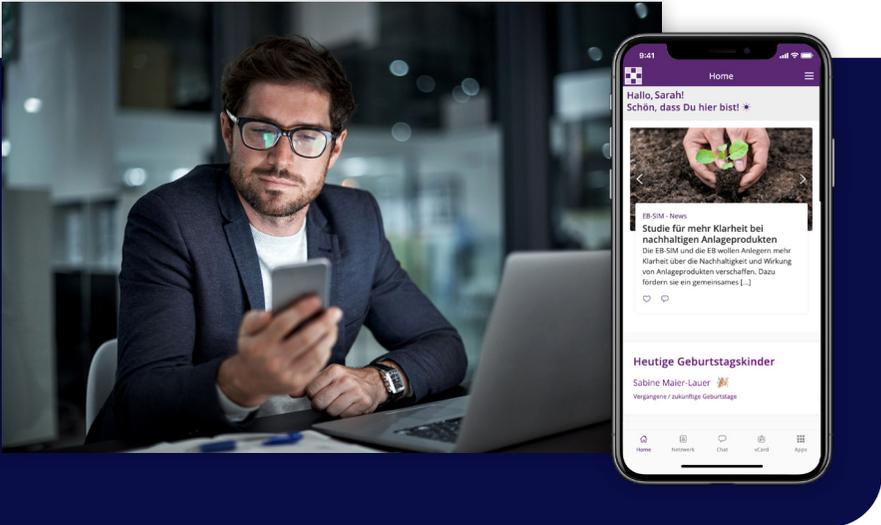
Die DSV-Gruppe rief ihre eigene gebrandete Mitarbeiter-App namens *#WirApp* ins Leben. Mit interaktiven Newskanälen für deutschlandweite Updates, Umfragen und Formulare für direktes Feedback sowie einem sicheren Chat, um die Mitarbeiter*innen unternehmensweit miteinander zu verbinden, stärkt die App das Wir-Gefühl der Beschäftigten. Neben informativen Inhalten nutzt die DSV-Gruppe die App auch zur Unterhaltung: Ein WM-Tippspiel, der Adventskalender oder ein Selfie-Contest stehen bei den Mitarbeiter*innen hoch im Kurs.

Ergebnisse

Nach nur drei Tagen hatten sich 650 Mitarbeiter*innen der damals potenziellen 1.500 Nutzer*innen auf der neuen Plattform registriert und sowohl die Aktivitätsrate (56 Prozent) als auch die Häufigkeit der Nutzung des Chats (13 Prozent) liegen weit über dem Durchschnitt. Innerhalb der App wird in 24 geschlossenen Gruppen miteinander kommuniziert. Zusätzlich gibt es Gruppen ausschließlich für Redakteur*innen und vier offene Gruppen wie beispielsweise den Speiseplan, die sich die Nutzer*innen selbstständig abonnieren können. Insgesamt konnte nach der Einführung der Mitarbeiter-App die Mitarbeiterzufriedenheit unternehmensweit verbessert werden. Nach einem Jahr können die Kommunikator*innen auf eine Nutzerquote von 92 Prozent blicken und damit stolz darauf sein, nach langen Jahren separater Intranet-Zugänge nun eine einheitliche App für das gesamte Unternehmen etabliert zu haben.

Evangelische Bank eG

Eine Mitarbeiter-App bringt die Mitarbeiter*innen der Bank näher zusammen



ca. 600



Kassel,
Deutschland



12 Standorte
in Deutschland



Dr. Ute Urbon,
Direktorin Personal

“ Die EBnow unterstützt die Zusammenarbeit im EB-Konzern, wir sind alle über das Wichtige direkt informiert und auch das Networking fällt leichter. Darüber hinaus erleichtert der Selfservice-Bereich in der EBnow die schnelle und unkomplizierte Krankmeldung, Auslagenerstattung oder Termine z. B. zu BGM-Aktionen.“

**EBnow**

seit September 2019

Herausforderung

Die Evangelische Bank ist die nachhaltig führende Bank für Kirche, Diakonie, Gesundheits- und Sozialwirtschaft. Die interne Kommunikation folgte keiner klaren Linie und die vielen eingesetzten Kommunikationskanäle mit unterschiedlichen Zugangsdaten waren teilweise nicht mobil erreichbar. Außerdem waren viele Anwendungen nicht auf Kollaboration ausgelegt. Dies resultierte in einer schlechten Akzeptanz und Reichweite der internen Kommunikation.

Lösung

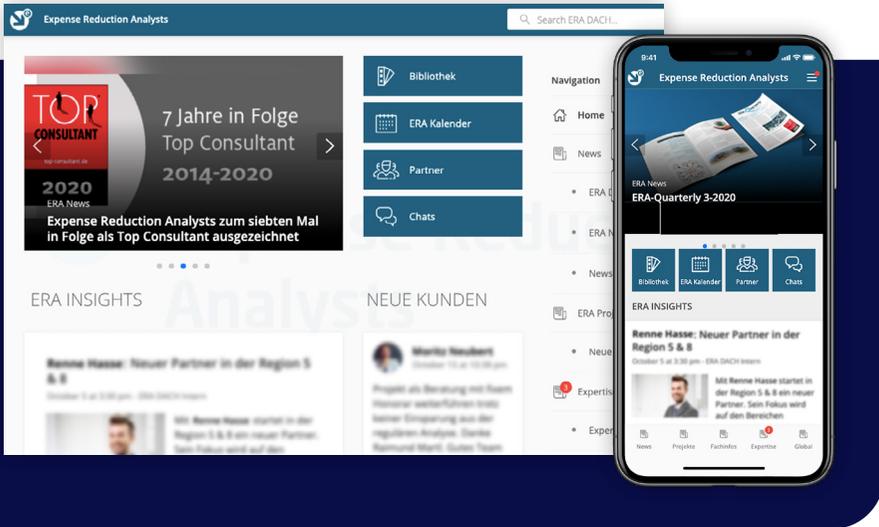
EBnow ist nun das zentrale Kommunikationsmedium als Startseite auf allen PCs der Mitarbeiter*innen eingerichtet, sodass alle Beschäftigten mit *EBnow* am Arbeitsplatz oder auf dem Smartphone in den Tag starten. Die Informationen werden durch ein Redaktionskonzept sauber aufbereitet und sind leicht auffindbar. Mit der Einführung der *EBnow* hat sich die interne Kommunikation in der EB stark verändert. Newsbeiträge sorgen dafür, dass man immer auf dem aktuellen Stand ist, Seiten geben Informationen zu vielfältigen Themen und der Chat ermöglicht eine direkte 1:1-Kommunikation oder Gruppenkonversationen. Über das Netzwerk hat man direkt einen Überblick über alle Mitarbeiter*innen und kann so alle wichtigen Informationen, wie Telefonnummern, schnell und einfach finden.

Ergebnisse

Mit einer Registrierungsrate von fast 96 Prozent hat die Evangelische Bank mit *EBnow* ein tolles Ergebnis erzielt. Die Mitarbeiter*innen beschaffen sich die benötigten Informationen jetzt proaktiv und kommunizieren intensiver miteinander. Die Zahlen sprechen für sich: Seit dem Launch der App *EBnow* beträgt die Interaktionsrate zu Beiträgen 84 Prozent, über 11.300 Mal wurde ein Daumen hoch (Like) vergeben.

Expense Reduction Analysts

Verbessertes Wissensmanagement durch eine Mitarbeiter-App



ca. 200



Wiesbaden,
Deutschland



über 100 Standorte
(alls dezentrales
Unternehmen)



Thomas Löwer,
Leiter Kommunikation & Marketing

“ Für uns hat sich die ERA DACH APP zum Informations-Hub entwickelt. Egal ob von zu Hause, unterwegs oder beim Kunden: Unsere Berater*innen haben jetzt immer aktuellen Zugriff auf alle relevanten Informationen. Zudem hat die App geholfen, die Distanzen in unserer dezentralen Organisation zu überwinden.“



ERA DACH APP

seit April 2017

Herausforderung

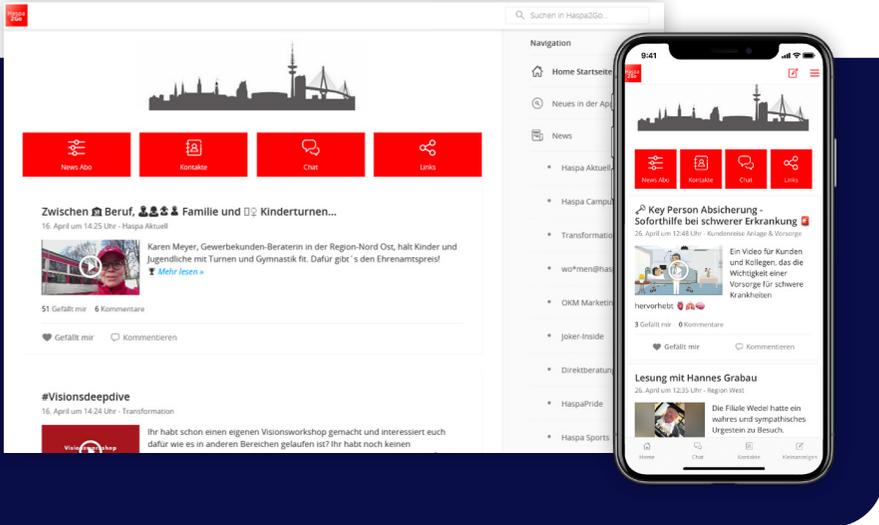
Expense Reduction Analysts ist eine auf den Mittelstand fokussierte Unternehmensberatung mit rund 135 Beratern*innen im DACH-Raum. Aufgrund der dezentralen Franchise-Struktur war es schwierig, einen barrierefreien Austausch von Informationen der Berater*innen untereinander sicherzustellen. Allerdings hängt der Unternehmenserfolg eng mit dem Austausch von Wissen und Informationen zusammen. Daher suchte das Unternehmen nach einem internen Kanal, in dem Projektanfragen, Erfolgsgeschichten und Termine unternehmensweit wie auch bilateral ausgetauscht werden können

Lösung

Auf der Suche nach einem Kanal, der zugleich auch die Vernetzung der Berater*innen innerhalb des Unternehmens vorantreibt, entschied sich die Kommunikationsabteilung für eine gebrandete Mitarbeiter-App namens *ERA DACH APP*, die ebenfalls als Desktop-Variante verfügbar ist. Die Plattform entwickelte sich zu einem mobilen und globalen Wissensnetzwerk, das alle Berater*innen und Back-Office-Mitarbeiter*innen dazu einlud, sich untereinander zu vernetzen, Inhalte zu teilen und mit Hilfe von Social Walls auf dem Laufenden zu bleiben. Um eine ungeordnete Informationsflut zu vermeiden, wurden Themenkanäle eingerichtet, die individuell abonnierbar sind. Generell kann sich mit Hilfe der App jetzt jede Berater*in schnell, einfach und von überall aus über Unternehmensnews informieren und bleibt mit Hilfe von Push-Nachrichten jederzeit auf dem neuesten Stand.

Ergebnisse

Die Entscheidung für eine neue Plattform hat sich nach ablesbaren Kennzahlen in der App für das Kommunikationsteam bewährt: 86 Prozent aller Berater*innen nutzen sie, mehr als 90 Prozent von ihnen sogar per Smartphone. Zudem wurde durch die *ERA DACH APP* ein stärkeres Zusammengehörigkeitsgefühl unter den Berater*innen geschaffen.



ca. 5.000



Hamburg,
Deutschland



über
100 Standorte



Simone Naujoks,
Leiterin Media Relations
und Interne Kommunikation

“ Den Anforderungen des Kulturwandels der Hamburger Sparkasse konnten wir mit unseren bestehenden internen Medien technisch nicht ganz gerecht werden. Mit unserer Mitarbeiter-App können wir nun alle Themen rund um unsere Veränderung auch video- und audigestützt anbieten und durch neue Möglichkeiten für Vernetzung und Dialog den Change fördern.“



Haspa
2Go

Haspa2Go

seit November 2020

Herausforderung

Die Hamburger Sparkasse ist alles andere als bloß ein Finanzdienstleister. Vernetzung sowie Mitgestaltung der Kiezkultur sind nicht nur Teil der Unternehmensphilosophie als regional verankertes Institut, sondern eine Herzensangelegenheit. Die Umsetzung der Vision von einer digitalen Bank mit den besten Filialen soll für Mitarbeitende und Kund*innen erfahrbar werden. Dies prägt das Unternehmen in seinem kulturellen Wandel. Zudem treibt die Dynamik einerseits den Wunsch nach Schnelligkeit und neuen Arbeitsweisen; andererseits inspiriert sie zu mehr Verantwortung und Entscheidungsfreiheit für Mitarbeitende, um Kreativität freizusetzen und zu nutzen. Dafür sind gute Vernetzung und eine offene sowie dialogische interne Kommunikation unabdingbar. Mit dem bisherigen Intranet konnte das nicht ausreichend gewährleistet werden.

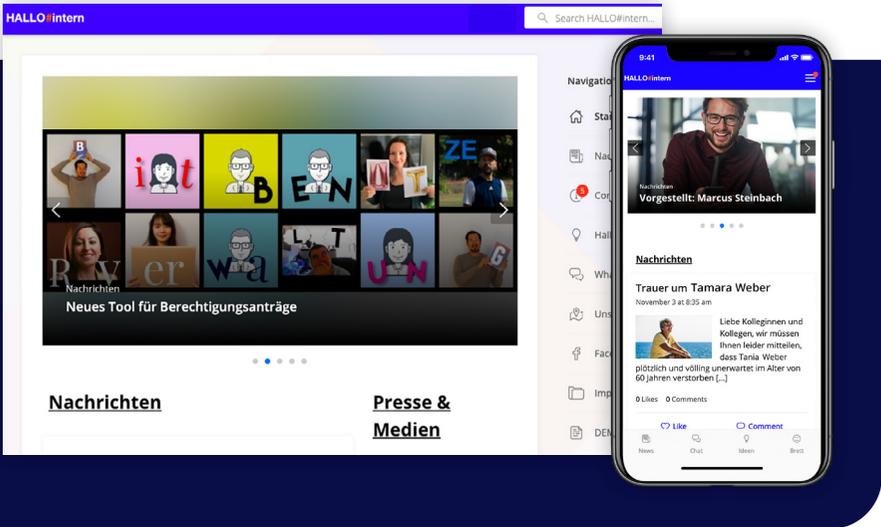
Lösung

Die Mitarbeiter-App *Haspa2Go* ist einerseits Symptom, zugleich aber auch zentraler Träger des Kulturwandels im Unternehmen. Sie ermöglicht den Mitarbeitenden Orientierung im Veränderungsprozess und erleichtert einen schnellen und mobilen Zugang zu zentral produzierten Informationen und Neuigkeiten. Darüber hinaus macht sie die Transformation in Form von Dialog und Austausch erlebbar, denn Mitarbeitende können sich bei der Gestaltung des Contents beteiligen und untereinander vernetzen. In über 30 frei abonnierbaren Kanälen, einer integrierten Chatfunktion und geschlossenen Gruppen bietet die Hamburger Sparkasse die Möglichkeit, Wissen auszutauschen und Interessen zu teilen. Und das Beste: Mitarbeiter*innen können die App auf dem von ihnen bevorzugten Gerät nutzen, z. B. auf dem Smartphone oder dem Computer-Browser.

Ergebnisse

Die *Haspa2Go* wurde innerhalb von drei Monaten im November 2020 gelauncht und weckt seitdem das Eigenengagement der Nutzer*innen. Es gibt u. a. Workhacks, Podcasts, Videos (#kurzerklärt), Geschichten von Mitarbeitenden und Foto-Aktionen. Die Nutzung der App ist freiwillig und viele Mitarbeiter*innen nutzen auch ihr privates Smartphone, um mitzumachen. Sie erfreut sich einer großen Beliebtheit und verzeichnet eine Registrierungsrate von gut 75 Prozent.

Interne Kommunikation
verbunden mit innovativem
Ideenmanagement



ca. 800



Berlin,
Deutschland



64 Standorte



Nancy Mönch,
Leiterin Kommunikation

“ In unserer kleinen Genossenschaft gehen wir die Dinge gerne anders an, denken um die Ecke. Da war es nur logisch und konsequent, unserer Mannschaft eine Plattform zu geben, die modern und interaktiv ist, Spaß macht und mit topaktuellen Informationen überzeugt.“



HALLO#intern

seit Januar 2017

Herausforderung

Die Sparda-Bank startete 2016 eine große Digitalisierungs-Offensive der internen Kommunikation. Im Zuge dessen sollten auch die veralteten Kanäle erneuert werden. Print kam für die interne Kommunikation nicht mehr in Frage: zu langsam, zu top-down, nicht messbar, nicht interaktiv. Die Sparda-Bank sagt über sich selbst „Wir sind anders.“ Der neue Kommunikationskanal sollte zu diesem Leitbild passen.

Lösung

Die Mitarbeiter-App *HALLO#intern* erreicht und verbindet die Mitarbeiter*innen durch personalisierte Newskanäle, Schwarze Bretter, Umfragen und digitale Feedback-Formulare. Die Kommunikation ist jetzt digital abgebildet und damit zielgruppenspezifisch und messbar. Nachrichten können schnell und aktuell kommuniziert werden. Die Mitarbeiter*innen haben die Möglichkeit zu interagieren, statt nur beschallt zu werden. Eine Besonderheit ist die Ideenplattform der Sparda-Bank. Dort können Ideen oder Projekte eingereicht werden, die nach einer kurzen Prüfung auf der Plattform *HALLO* Ideen veröffentlicht werden, wo die Kolleg*innen diese bewerten. Die Mitarbeiter*innen können sich so im Rahmen eines transparenten Ideenmanagementprozesses aktiv an der Entwicklung der Bank beteiligen. Um den Launch der Ideenplattform gebührend zu feiern, erhielt jede Mitarbeiter*in eine persönliche Ideenbox. In der Box fanden sie Karten mit Anleitungen zu dem Portal, aber auch Notizbücher und Post-its.

Ergebnisse

Nach nur zwei Monaten waren 85 Prozent der Mitarbeiter*innen in der App registriert (aktuell 99 Prozent) – ein herausragender Wert, vor allem, wenn man bedenkt, dass nahezu alle einen klassischen PC-Arbeitsplatz haben. Weitere 75 Prozent der Belegschaft registrierten sich auf der Ideenplattform, es wurden sechs neue Projekte gestartet, davon waren fünf erfolgreich. Die Mitarbeiter*innen haben mehr als 30 Ideen eingereicht und über 500 Kommentare abgegeben. Mehr Informationen über die Mitarbeiter-App *HALLO#intern* gibt es auch zum Nachlesen unter staffba.se/SpardaBank.

Einfache Bedienbarkeit der App
für Redaktion und Belegschaft



ca. 6.000



Stuttgart,
Deutschland



6 Standorte und
ca. 300 Agenturen



Christoph Jag,
Leiter
Unternehmenskommunikation

“ Für eine treffende und lebendige Kommunikation mit unseren Mitarbeitern haben wir eine wirklich umfassende Lösung angestrebt, die auch einen Austausch in beide Richtungen ermöglicht. Außerdem war uns wichtig, dass die App einfach zu bedienen und zuverlässig ist.“



SV Puls
seit Mai 2020

Herausforderung

Die SV SparkassenVersicherung ist ein Regionalversicherer mit einer engen Bindung vor Ort. Erstes Ziel war es, alle Mitarbeiter*innen zueinander zu bringen und Austausch zu ermöglichen. Dafür war eine Nutzung auf dem Handy zentral. Zudem wollte das Versicherungsunternehmen in der Kommunikation schneller und zeitgemäßer werden. Ein stetiger Druckpunkt war, dass es kein unternehmensübergreifendes Forum für rein interne Diskussionen gab. Alles dies war mit einem breit verteilten Druckmagazin, einer öffentlichen Website und einem Intranet, das als Bibliothek fungiert, nicht zu machen.

Lösung

Entscheidend für die SV SparkassenVersicherung war eine einfache Bedienung für Redakteur*innen außerhalb der Unternehmenskommunikation und für die Nutzer*innen, die Schnelligkeit und Spontaneität erlaubt. Zudem war eine hervorragende User Experience auf dem Handy eine zwingende Voraussetzung. Es sollte Spaß machen! Mit *SV Puls* hat die SV SparkassenVersicherung nun genau diese Lösung. Das System ist gut händelbar, so dass das Kommunikationsteam selbst mit minimaler Unterstützung Dinge anpassen oder Neues ausprobieren kann. Da das Team unternehmensöffentlich neue Kommunikationstrends ausprobiert, sieht es sich als Vorbild, einfach mal zu machen und die Mitarbeiter*innen selbst entscheiden zu lassen, ob sie das gut finden oder nicht.

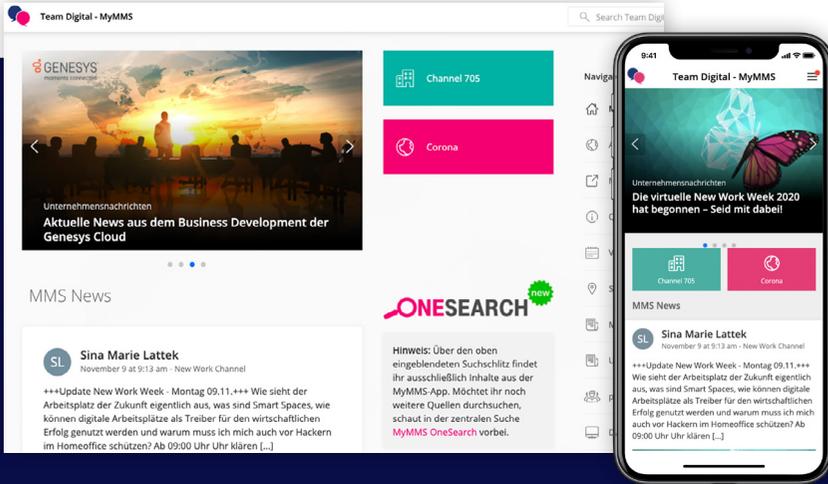
Ergebnisse

SV Puls wurde Ende Mai 2020 eingeführt. Zum Start hatte das Unternehmen eine einfache Kanalstruktur: Im Grunde zwei Kanäle, die die Redaktion betreut, und einen für alle offenen Dialog-Kanal. In nur zwei Stunden waren bereits 1000 Nutzer*innen registriert. Nach vier Monaten hatten sich über 73 Prozent aller Mitarbeiter*innen angemeldet. Das Unternehmen hat mittlerweile Kanäle, die abonierbar sind und eigene Redaktionsteams, die von der Kommunikationsabteilung unterstützt werden. Das Feedback der Kolleg*innen war sehr gut und hat die SV SparkassenVersicherung bestärkt, auf diesem Weg weiter zu gehen. In einem Webinar zum Nachhören unter staffba.se/Sparkasse gibt Sylvia Knittel einen ausführlicheren Einblick in die Mitarbeiter-App der SV SparkassenVersicherung.



Telekom MMS

Mitarbeiterwertschätzung durch eine Mitarbeiter-App



ca. 2.000



Dresden,
Deutschland



7 Standorte
in Deutschland



Susann Fritzsche,
Social Business Consultant

“ Im Rahmen unserer Debatte über Innovationskultur haben wir unsere Mitarbeiter-App als einen von zwei Kommunikationskanälen eingesetzt. Mit ihr konnten sich die Mitarbeiter*innen auch außerhalb des Büros mit den Essays und Videodokumentationen befassen, ihre Meinung in Kommentaren oder einfach nur ihre Zustimmung per Like äußern.“



MyMMS

seit September 2015

Herausforderung

Die Telekom MMS berät und unterstützt Unternehmen in allen Fragen des digitalen Wandels. Trotzdem standen den Mitarbeiter*innen Informationen nicht mobil zur Verfügung, sodass der Erhalt und das Konsumieren von Nachrichten zeitlich und örtlich eingeschränkt waren. Gerade die Mitarbeiter*innen im Außendienst waren von der Kommunikation abgeschnitten, die Nutzerzahlen des klassischen Intranets gingen zurück. Um den digitalen Wandel im eigenen Unternehmen voranzutreiben, entschied sich das Unternehmen, die interne Kommunikation zu modernisieren und mobil verfügbar zu machen.

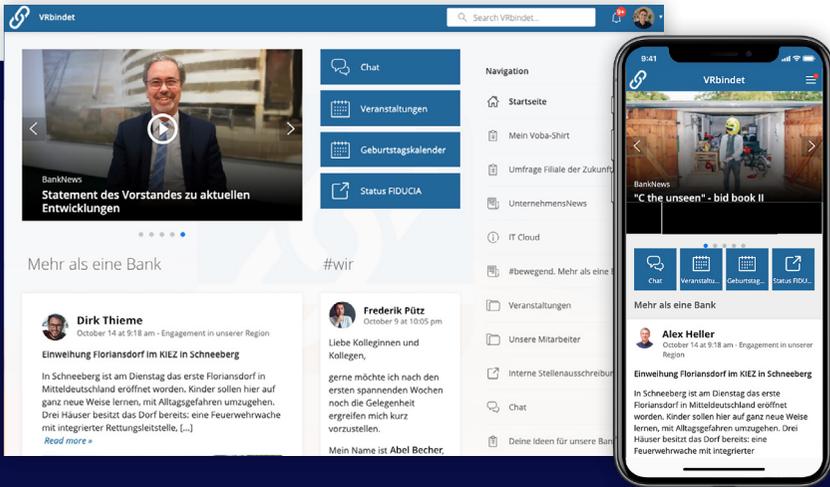
Lösung

So entschied sich die Telekom MMS für eine Mitarbeiter-App, die das Arbeitsleben der gesamten Belegschaft bereichert. Vor allem diejenigen, die häufig auf Dienstreisen und deswegen vom heimischen PC-Arbeitsplatz getrennt sind, profitieren von der App. Zunächst entstanden drei Kanäle, die die Belegschaft mit allgemeinen Informationen versorgen. Innerhalb der ersten sechs Monate wurde das Angebot in der App um Speisepläne, aktuelle IT-News und Videos der Unternehmenskommunikation ergänzt. Außerdem gab es auflockernde Elemente wie einen Online-Adventskalender und ein EM-Tippspiel, mit denen sich die Nutzerzahl innerhalb kürzester Zeit verdoppelte. Ein weiteres viel gelobtes Feature ist der Veranstaltungskalender: Alle können durch die App vorab die Agenda von Veranstaltungen ansehen, Wegbeschreibungen zum Veranstaltungsort nachvollziehen und die Parkplatzsituation vor Ort checken. Durch Bewegtbilder in der App können Mitarbeiter*innen so ihren Arbeitgeber mit nach Hause nehmen und ihren Lieben mit anschaulichen Videos zeigen, wie ihre tägliche Arbeit aussieht.

Ergebnisse

Nur neun Monate nach dem Launch der App waren zwei Drittel aller Unternehmensmitglieder registrierte Nutzer*innen in der App. Gepushte Nachrichten werden von den Angestellten drei Mal häufiger geöffnet. Nach 18 Monaten nutzen 70 Prozent der Belegschaft die App regelmäßig. Die T-Systems hat mit MyMMS ein tolles Tool für die interne Kommunikation und das Employee Engagement hinzugewonnen, was sehr gut angenommen wird. Einen ausführlicheren Bericht zur Mitarbeiter-App MyMMS gibt es auch unter staffba.se/myMMS.

Rekordverdächtig: 98 Prozent
der Mitarbeiter*innen nutzen
die neue App



ca. 350



Chemnitz,
Deutschland



26 Standorte



Vanessa Wegner,
Abteilungsleiterin
Unternehmenskommunikation

„*Kommunikation ist das Fundament unserer Zusammenarbeit und der Schlüssel zu unserem gemeinsamen Erfolg. Und: Sie lebt vor allem von der Nutzung und der Beteiligung jedes Einzelnen. VRbindet ist für uns daher die perfekte Kombination aus Kommunikation, Engagement und Services in einer Anwendung – und das für alle und mit allen Mitarbeiter*innen.*“



VRbindet
seit Juli 2018

Herausforderung

Die Volksbank Chemnitz eG ist eine regionale Filialbank im Raum Chemnitz-Zwickau-Erzgebirge und mit einer Bilanzsumme von rund 2 Milliarden Euro eine der größten Genossenschaftsbanken in den neuen Bundesländern. Neben dem klassischen Kerngeschäft einer Bank entwickelt die Volksbank Chemnitz eG seit vielen Jahren neue, innovative Geschäftsfelder und engagiert sich darüber hinaus mit viel Herzblut für kulturelle, soziale und gemeinnützige Initiativen in der Region. Ziel ist es, die Mitarbeitenden auf diesem Weg mitzunehmen, sie in die Ideenfindung, Entwicklung und Umsetzung einzubinden und mit entsprechendem Hintergrundwissen auszustatten.

Lösung

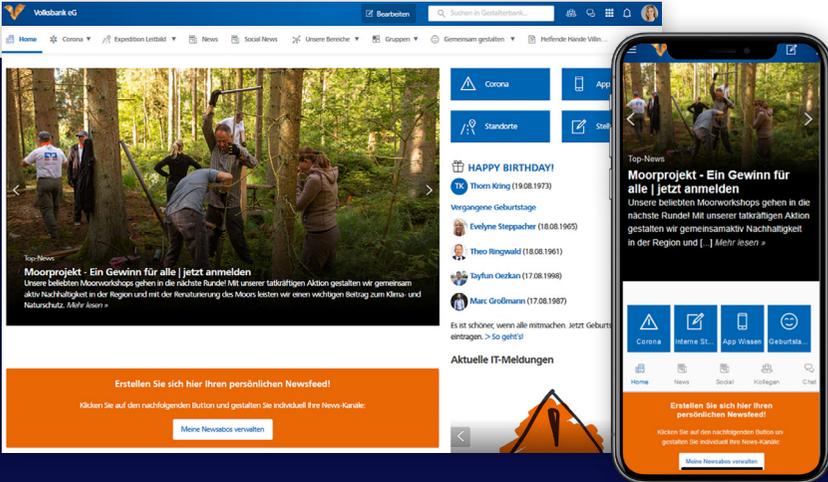
Mit der Mitarbeiter-App *VRbindet* hat die Bank einen Ort geschaffen, an dem sie mit ihren Mitarbeiter*innen zu strategischen und unternehmensweiten Themen in den Dialog treten kann. Zudem ist die Verbreitung wichtiger Informationen schnell und effizient an alle Beschäftigten möglich. Dies bewährt sich besonders in Situationen wie bankweiten technischen Systemumstellungen. Gleichzeitig bietet *VRbindet* allen Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, sich mit eigenen Ideen, Vorhaben und Beiträgen einzubringen. So schaffen u. a. Erfahrungsberichte zum Engagement in der Region oder zu filialindividuellen Veranstaltungsformaten die Basis für eine gute Vernetzung zwischen den einzelnen Standorten und liefern Inspiration und Best-Practice-Beispiele für die eigene Netzwerkarbeit vor Ort. Verschiedene thematische Newskanäle, Umfrage- und Feedbacktools sowie ein spezieller Ideenkanal gestalten die interne Kommunikation dabei interaktiv und zeitgemäß.

Ergebnisse

Bereits im Einführungsprozess von *VRbindet* konnten sich die Mitarbeiter*innen über einen Namenswettbewerb, Mitarbeiter-Votings, Ideenwerkstätten und den Einsatz von unternehmensinternen Multiplikator*innen frühzeitig bei der Gestaltung der App einbringen. Dies schuf gleichzeitig die Basis für eine anhaltend hohe aktive Beteiligung der Beschäftigten in *VRbindet*. In Zahlen ausgedrückt bedeutet das: 98 Prozent registrierte Nutzer*innen mit einer Interaktionsrate von 77 Prozent. Die App verzeichnete innerhalb eines Jahres 60.000 Besuche, 4.000 Likes und 300 Kommentare.

Volksbank eG - Die Gestalterbank

Interne Kommunikation als
Game-Changer im Wandel



ca. 1.000



Villingen-
Schwenningen
und Offenburg,
Deutschland



über 30 Standorte
in Deutschland

108



Bianca Federmann,
Unternehmensentwicklung

“ *Wirksame Kommunikation sehe ich als eine Schlüsselfunktion, um Veränderungen am Arbeitsplatz voranzutreiben und als Basis für eine produktive Zusammenarbeit, um Zukunft gemeinsam zu gestalten. Mit der Gestalterbank App haben wir es geschafft, den Change in der Internen Kommunikation wirksam neu zu gestalten. Es macht Spaß zu sehen, wie wir so unsere Kolleg*innen als echte Fans gewinnen konnten.* “



Gestalterbank App

seit September 2020

Herausforderung

2020 sind zwei starke Volksbanken miteinander zur Volksbank eG - Die Gestalterbank fusioniert, die jetzt eine der größten Genossenschaftsbanken Deutschlands darstellt. Gerade in dieser transformativen Zeit stand das Unternehmen vor der Herausforderung, standortübergreifend zu kommunizieren und alle Mitarbeiter*innen zielgruppengerecht an über 30 Standorten erreichen zu wollen. Der Fokus der neuen Vision der Gestalterbank liegt darin, gemeinsam mit den Mitarbeitenden die Zukunft zu gestalten. Dafür musste ein Kommunikationskonzept her, das diese Vision widerspiegelt.

Lösung

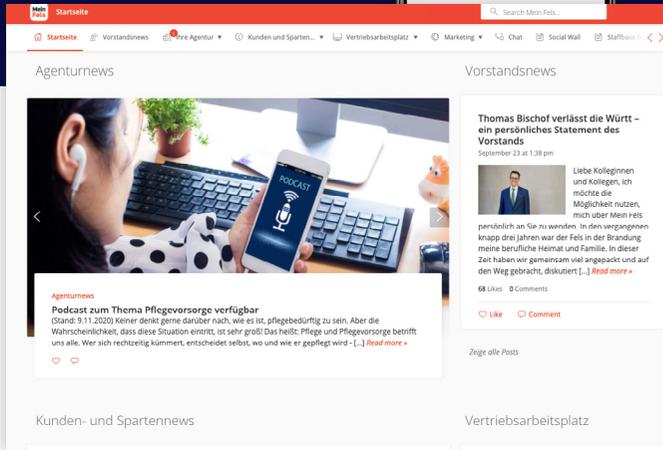
Von Beginn an war klar, dass bei der Auswahl eines neuen Kommunikationstools die Relevanz für die Mitarbeiter*innen im Vordergrund steht. Der Kanal sollte dabei die zielgruppengerechte und standortübergreifende Kommunikation so einfach und flexibel wie möglich machen. Dafür wurde eine Mitarbeiter-App eingeführt, die die Inhalte mit einem Mobile-First-Ansatz jederzeit und ebenso von unterwegs abrufbar macht. Mit der *Gestalterbank App* gelang es der Genossenschaftsbank, die interne Kommunikation auf das nächste Level zu heben. Die Einführung des Tools wurde von einem Projektteam mit rund 5 Personen innerhalb von zwei Monaten umgesetzt.

Ergebnisse

Obwohl die Nutzung der App auf den privaten Endgeräten der Mitarbeiter*innen freiwillig ist, verzeichnet das Unternehmen eine Registrierungsrate von 97 Prozent. Dank der *Gestalterbank App* verpassen die Mitarbeitenden nichts mehr im Unternehmen und bekommen nur Nachrichten ausgespielt, die für sie relevant sind. Beispielsweise werden unter dem Menüpunkt „Fusionskommunikation“ verschiedene Informationen, wie der Blick hinter die Kulissen der Vorstandsarbeit, medial aufbereitet, um für mehr Transparenz im Veränderungsprozess zu sorgen. Außerdem kann das Unternehmen nun wichtige und zeitkritische Nachrichten per Push-Funktion allen Mitarbeitenden in Echtzeit zukommen lassen. Zusätzlich ist das Tool auf die Bottom-up-Kommunikation ausgelegt, so dass Mitarbeitende erstmals zu Redakteur*innen werden und damit zum Geschehen beitragen.

Württembergische Versicherungen

Go-live innerhalb von 15 Tagen
mit 97 Prozent Zufriedenheit



ca. 3.100



Stuttgart,
Deutschland



ca. 3.000
Berater*innen
im Außendienst



MeinFels
seit April 2020

Herausforderung

Die Württembergischen Versicherungen bieten maßgeschneiderte Produkte von der Schaden- und Unfallversicherung über die Altersversorgung bis hin zur Kranken- und Pflegeversicherung. Vor Ort sind rund 3.000 Berater*innen im Außendienst deutschlandweit als Fels in der Brandung für ihre Kund*innen da. Nur über eine schnelle und unkomplizierte Kommunikation können sie jederzeit erreicht sowie zu relevanten Neuigkeiten informiert werden. Gerade unsichere Zeiten machen deutlich, wie wichtig eine zeitgemäße Kommunikation mit digitalen Interaktionsmöglichkeiten ist – zum Beispiel im Hinblick auf gegenseitige Hilfestellungen oder den Erfahrungsaustausch. Das hieß: Neue Kommunikationswege finden, die diese Anforderungen erfüllen.

Lösung

Es galt, eine eigene Mitarbeiter-App als Pilotprojekt für den Außendienst in kürzester Zeit einzuführen. Überzeugt hat dabei eine schlanke Version der Staffbase Mitarbeiter-App – und zwischen Erstgespräch und Go-live lagen nur 15 Tage. Die *MeinFels*-App im Württembergische-Look ermöglicht Push-Nachrichten, eine individuelle Ausspielung von Inhalten sowie zahlreiche Interaktionsfunktionen und ist leicht zu bedienen. Außendienstmitarbeiter*innen können sich einfach zu Erfahrungen und Tipps austauschen. Auch Fragen werden durch die Community in kürzester Zeit beantwortet.

Ergebnisse

Bereits zwei Monate nach der Einführung lag die Gesamtzufriedenheit mit *MeinFels* bei 97 Prozent. Über 80 Prozent aktive Nutzer*innen und rund 70 Prozent Beiträge mit Interaktionen pro Monat sprechen für sich. *MeinFels* stärkt den Zusammenhalt und das Gemeinschaftsgefühl. Nach der ersten erfolgreichen Pilotphase sollen in einer zweiten Pilotphase neue Funktionen wie die Social Wall getestet und der Nutzerkreis erweitert werden.

Dienstleistungs- anbieter

Die Mitarbeiter*innen in Dienstleistungsunternehmen wie Energiekonzernen, Entsorgungs- und Reinigungsdiensten sind häufig auf viele verschiedene Filialen verteilt oder die meiste Zeit im Außendienst tätig. Beschäftigte in dieser Branche sind für Unternehmen der direkte Kontakt zum Endkund*innen, haben damit Einfluss auf Umsätze und müssen deswegen besonders gut in die interne Kommunikation eingebunden sein. Denn nur zufriedene und gut informierte Mitarbeiter*innen garantieren eine glückliche Kundschaft. Veraltete Strukturen wie beispielsweise ein nicht mobil verfügbares Intranet können hier zum Hindernis werden und die sogenannten „Blue Collar Worker“ vom Geschehen im Unternehmen abschneiden. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie sagt voraus, dass sich der Sektor durch die Möglichkeiten der Digitalisierung grundlegend und nachhaltig verändern wird.¹ Eine Studie im Auftrag der ver.di zeigt, dass Digitalisierungsprozesse positiv für Beschäftigte sind, wenn eben jene auch darauf Einfluss nehmen können und die Änderungen dazu beitragen, Arbeit menschengerecht zu gestalten.²

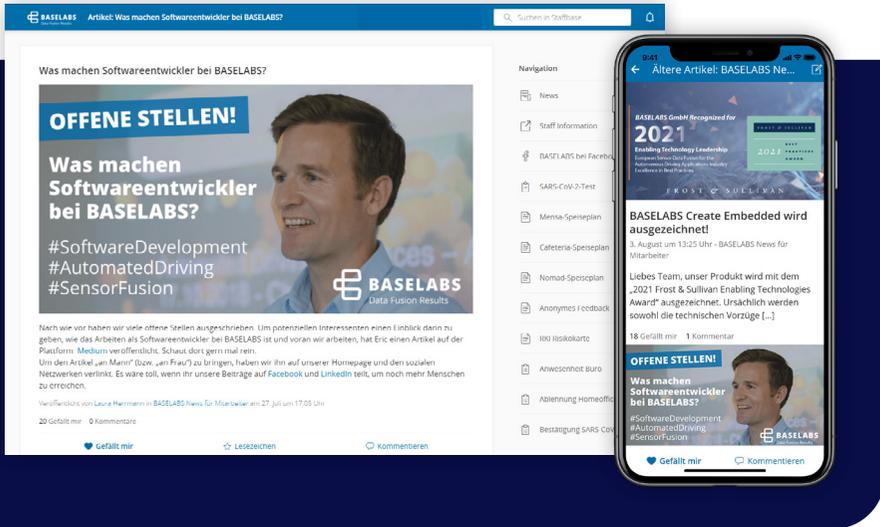
Eine Mitarbeiter-App kann nicht nur helfen, alle Mitarbeiter*innen an ihren unterschiedlichen Arbeitsplätzen mit wichtigen Informationen zu erreichen, sondern auch Wertschätzung und eine gute Unternehmenskultur zu transportieren. Neben dem verbesserten Informationsfluss fördert eine App auch den Austausch unter den Kolleg*innen und kann als firmeninternes Wikipedia dienen. Im folgenden Kapitel erfährst du unter anderem, wie der Außendienst der Telekom, EQOS Energie und die Hausbetreuung Attensam in Österreich ihre Mitarbeiter*innen mit einer App sowohl ein- als auch verbinden.

1. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Dienstleistungen 4.0 - mit Digitalisierung Dienstleistungen zukunftsfähig machen, 2020, online verfügbar unter staffba.se/Dienstleistungen40

2. DGB: Digitalisierung im Dienstleistungssektor, 2017, online verfügbar unter staffba.se/dgb



Bei BASELABS entsteht das
Miteinander der Belegschaft
durch die eigene Mitarbeiter-App



ca. 40



Chemnitz,
Deutschland



1 Standort



Laura Herrmann,
Leiterin Employee Services

“ Die App beweist sich auf mehreren Ebenen als wertvolles Instrument. Im Personalbereich stellt sie eine unbürokratische Möglichkeit dar, wichtige Informationen mit allen Teams zu teilen. Über alle Teams betrachtet erlaubt sie über Aktuelles zu informieren. Auch die Möglichkeit, für jedes individuelle Teammitglied persönliche Informationen mit anderen Kolleg*innen zu teilen, wird gerne genutzt.“



Baselabs-App

seit November 2015

Herausforderung

Jung, dynamisch und technikaffin – das ist BASELABS, ein wachsendes Softwareunternehmen aus Chemnitz. Für die Mitarbeiter*innen bei BASELABS ist eine gute Kommunikation die Basis eines wertschätzenden und funktionierenden Miteinanders. Das Unternehmenswachstum in den letzten Jahren hat aber dazu geführt, dass die Kommunikation sich verändert hat und dass nicht mehr alle Kolleg*innen über die Vorgänge in anderen Teams Bescheid wussten. Um persönliche wie fachliche Informationen wieder besser teilen zu können, hat sich BASELABS dazu entschieden, eine Mitarbeiter-App für die Kommunikation einzuführen.

Lösung

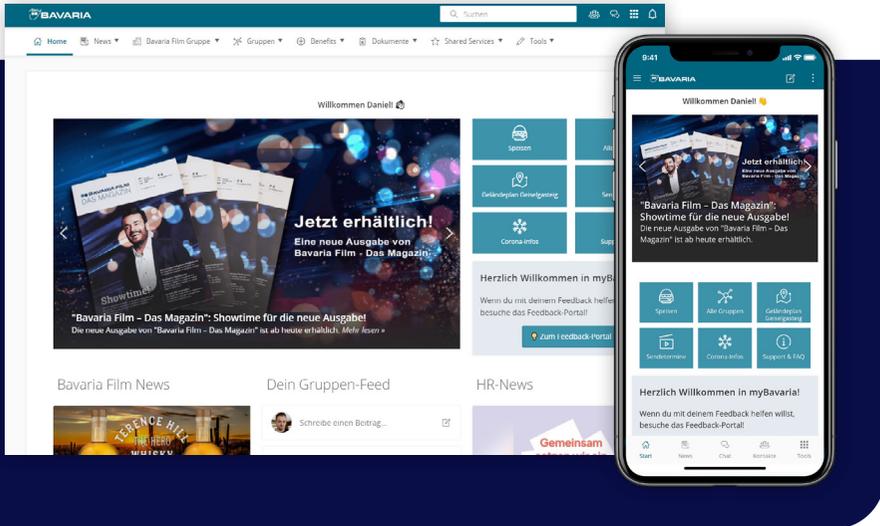
Die Belegschaft von BASELABS verwendet ihre App heute primär als Newskanal für Themen, die teamübergreifend relevant und interessant sind: Sponsoringaktivitäten, Projektberichte, Updates über wesentliche Team-Ergebnisse, Geburten von Kindern, Informationen zur Büroorganisation, Abstimmungen und neue Stellenausschreibungen. Weiterhin informieren Mitarbeiter*innen, die im Feld unterwegs sind über die App die „Daheimgebliebenen“ über ihre Aktivitäten, z. B. auf Konferenzen und Messen. Über das App-Menü werden außerdem die Speisepläne der aktuellen Woche zur Verfügung gestellt und auf verschiedenen anderen BASELABS-Seiten wie die Webseite, Facebook oder die interne Mitarbeiter-Homepage, verlinkt.

Ergebnisse

Die App hatte bei BASELABS ihren großen Durchbruch, als sie zum offiziellen Kommunikationskanal des Start-ups erklärt wurde. Seitdem verzeichnet sie einen stetigen Zuwachs an Nutzer*innen und Interaktionen. Zudem sind über 90 Prozent der Nutzer*innen regelmäßig in der App aktiv. Die Nutzung einer Mitarbeiter-App passt gut zu BASELABS als junges innovatives Unternehmen und bestätigt einmal mehr, dass sich das Management Gedanken über das „Miteinander“ im Unternehmen macht. Die konkrete Nutzung der App gestaltet sich außerdem sehr unkompliziert und intuitiv, sodass sich neue Kolleg*innen schon nach wenigen Minuten aktiv an der Unternehmenskommunikation beteiligen können.

Bavaria Film GmbH

Mit individuellem Intranet den Change-Prozess begleiten



ca. 1.600



Grünwald,
Deutschland



10 Standorte



Dr. Sebastian Feuß,
Unternehmenssprecher/
Bereichsleiter Kommunikation

„*Unser Intranet ist ein Katalysator für die Cultural-Change-Prozesse in der Unternehmensgruppe. Es ist das richtige Tool zur richtigen Zeit für die richtige Zielgruppe.*“



myBavaria

seit Juli 2021

Herausforderung

Die Bavaria Film GmbH bildet zusammen mit ihren Tochtergesellschaften eine moderne und breit aufgestellte Unternehmensgruppe in der deutschsprachigen Film-, TV- und Streaming-Branche. Sie ist in den Geschäftsbereichen Content-Produktion, Rechte & Lizenzen, Studios & Services sowie Immobilien aktiv. Über alle Beteiligungen hinweg sind rund 1.600 feste und freie Mitarbeiter*innen an zehn Standorten in Deutschland, Österreich und Italien beschäftigt. Die zentrale Herausforderung lag somit vor allem darin, dieser Vielfalt gerecht zu werden. Ziel war es daher, ein zentrales Intranet zu schaffen, das nutzer- und zielgruppenspezifisch relevante Inhalte auf einer gemeinsamen, personalisierten, mobilen und interaktiven Oberfläche zur Verfügung stellt.

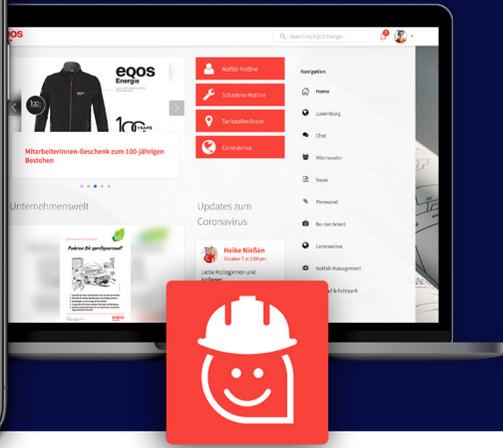
Lösung

Das Intranet *myBavaria* ist die zentrale Informations- und Kommunikationsplattform. Es ist ein Ort verlässlicher Informationen und sozialer Interaktionen – als mobile App sowie als Desktop-Variante. Erstmals in der hundertjährigen Geschichte gelingt es der Gruppe, alle Mitarbeiter*innen auf einer gemeinsamen digitalen Plattform zusammenzubringen. Das Intranet bietet konzernweite News und Möglichkeiten zur Regionalisierung und Personalisierung. So ist jede Tochtergesellschaft der Bavaria Film GmbH in der Lage, ihrer Belegschaft auf sie zugeschnittene Nachrichten- und Interaktionsangebote zu machen. Die Kommunikation erfolgt nicht mehr ausschließlich top-down. So bilden sich beispielsweise auch Interessengruppen, in denen sich die Kolleg*innen zu Themen wie Nachhaltigkeit oder Diversity untereinander austauschen.

Ergebnisse

Bereits drei Stunden nach dem Launch des Intranets lag die Anmeldequote bei 30 Prozent. Mittlerweile erreicht die Plattform mehr als 80 Prozent der Belegschaft, regelmäßig beteiligen sich mehr als die Hälfte aktiv an der Kommunikation. Es haben sich ein Dutzend Interessengruppen gebildet, in denen rege Diskussionen stattfinden. Von den Social-Funktionen, wie Like-Buttons und Kommentaren, machen die Mitarbeiter*innen immer mehr Gebrauch. In Zeiten von Remote-Arbeit sorgt *myBavaria* für ein Zusammengehörigkeitsgefühl in der Belegschaft: Alle sind immer auf dem neuesten Stand – egal, an welchem Ort und zu welcher Zeit.

Mitarbeiter-App als zentrales Instrument in der Corona-Kommunikation



ca. 1.500



Biberach,
Deutschland



ca. 40 Standorte
in 5 Ländern



Eric Mendel,
CEO

„ Dank der App ist es uns gelungen, weitestgehend den Regelbetrieb aufrechterhalten zu können und somit gut durch die Pandemie gekommen zu sein. Heute sind wir stolz auf unser digitales, zukunftsorientiertes Kommunikations-Paket, das inzwischen weit mehr als die interne Kommunikation abdeckt.“



my EQOS Energie

seit April 2019

Herausforderung

Bereits Ende Februar 2020 erkannte EQOS Energie die vom neuen Coronavirus ausgehende Gefahr und etablierte daraufhin eine internationale, vom CEO geleitete Task-Force. Neben dem Schutz der Gesundheit aller Mitarbeiter*innen bestand die größte Herausforderung als systemrelevanter Dienstleister darin, die Geschäftsfähigkeit sicherzustellen. Kundenaufträge galt es auch im Lockdown termintreu zu bedienen. Zudem wurden Mitarbeiter*innen aus der Verwaltung ins Home Office entsendet, die dennoch schnell erreicht und mit Informationen versorgt werden mussten. In kürzester Zeit wurden pragmatische Lösungen in unterschiedlichsten Themenfeldern benötigt, wie etwa für grenzüberschreitende Tätigkeiten, Reiserückkehrer aus Risikogebieten, angeordnete Quarantänen, oder in der Korrespondenz mit Kund*innen, auf die von allen Mitarbeiter*innen zugegriffen werden konnte.

Lösung

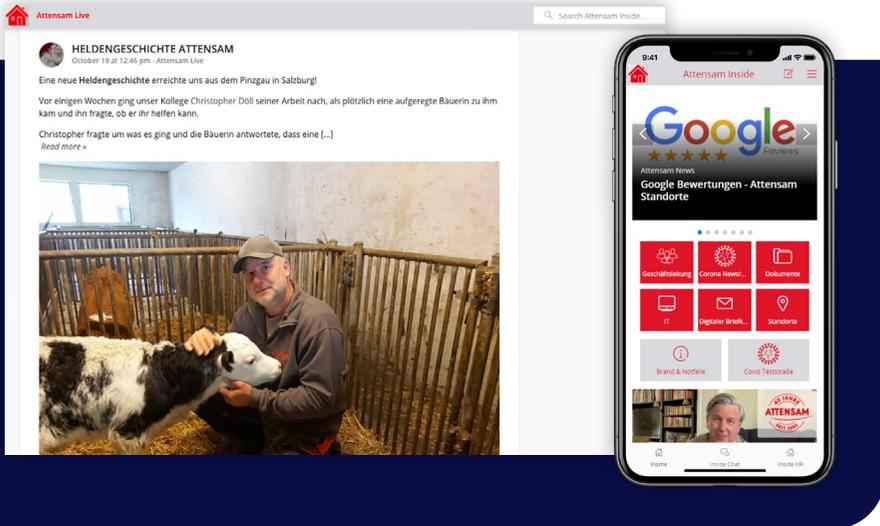
Mit Hilfe der 2019 eingeführten Mitarbeiter-App *my EQOS Energie* konnte die ganze Belegschaft länderübergreifend erreicht werden. In dieser dynamischen Zeit setzte EQOS Energie den Fake-News aus den sozialen Medien geprüften und aufs Wesentliche reduzierten Content auf der Startseite der App entgegen. Eine Corona-Plattform mit wichtigen Formularen, FAQs sowie zentralen Rufnummern untermauerte die interne Kommunikation. Wesentlich war und ist der Dialog mit den Mitarbeiter*innen über die App. Digitale Formulare stellten sicher, dass jede Corona-Anfrage binnen 24 Stunden beantwortet wurde. Begleitet wird die interne Kommunikation zudem mit virtuellen Konferenzen, E-Mails und einfach gestalteten Postern für die Baustellen.

Ergebnisse

Drei wesentliche KPIs belegen den Erfolg von my EQOS Energie: Während sich vor der Pandemie bereits 45 Prozent der Belegschaft in der App registriert hatten, waren es im September 2020 stolze 80 Prozent. Erfreulich ist der Anteil von 78 Prozent aktiver Nutzer*innen. Auch die Zahl der Besuche entwickelte sich rasant und steigerte sich in diesem Zeitraum um 300 Prozent. Dazu beigetragen hat auch die Strategie der positiven und „menschlichen“ Kommunikation trotz der schwierigen Situation.

Hausbetreuung Attensam GmbH

Moderne Mitarbeiterwertschätzung –
Attensam zeigt, wie es richtig geht



ca. 1.500



Wien,
Österreich



22 Standorte
in Österreich



Christoph Schneider,
Personalentwicklung

“ Den Erfolg der App wirklich in Zahlen zu messen, ist bei uns schwierig, da wir doch viel mit Push-Nachrichten arbeiten und dadurch automatisch immer viele aktive User haben. Aber man sieht die Veränderung trotzdem schon. Einerseits an der stetig wachsenden Anzahl an Postings in unserem Attensam Live-Kanal und andererseits auch an vielen positiven Rückmeldungen von Kollegen, die durchaus skeptisch waren.“



Attensam Inside

seit Oktober 2017

Herausforderung

Attensam bietet seit 1980 professionelle ganzheitliche Hausbetreuung an, von der Hausreinigung über Haustechnik und Wartung bis hin zum Winterservice und der Grünflächenbetreuung. Die enorme Bandbreite des Unternehmens stellt aber auch eine große Herausforderung für die interne Kommunikation dar. Mehr als die Hälfte der 1.500 Mitarbeiter*innen an 22 Standorten verfügte über keine firmeninterne E-Mail-Adresse, sodass analoge Kanäle die einzige Möglichkeit waren, auf dem Laufenden zu bleiben.

Lösung

Attensam Inside ist eine sichere und mobile Alternative zu E-Mails, privater Nachrichtenübermittlung per WhatsApp und schwer zugänglichem Intranet. Durch die Verwendung digitalisierter Formulare können die Mitarbeiter*innen Reparaturen sofort melden und Servicevorschläge machen. Außerdem gibt es interaktive Elemente wie Schwarze Bretter und eine Chat-Funktion. Die Einführung der App fand in mehreren Phasen statt. Zunächst wurden alle Non-Desk-Mitarbeiter*innen in die Zentrale geholt und gemeinsam unter Anleitung die Erstanmeldung mit allen Kolleg*innen durchgeführt. Vorweg wurde eine Kampagne mit Mails und Plakaten geplant und eine Infoveranstaltung angeboten.

Ergebnisse

Zwei Hauptziele wurden mit der Einführung der App verfolgt: Die Mitarbeiterbindung durch Vernetzung steigern sowie Informationen und Wissen zuverlässig über alle Standorte hinweg teilen. Doch auch der soziale Aspekt kommt in der App nicht zu kurz. Durch die Auszeichnung der „Mitarbeiter*in des Monats“ vermittelt das Unternehmen Wertschätzung per App. Über den Kanal „Attensam Live“ können Mitarbeitende aus ihrem individuellen Attensam-Alltag berichten. Mit ihrer App hat Attensam außerdem zwei Preise gewonnen: Die „Silberne Feder“ für ihr besonderes Engagement bei der Wertschätzung ihrer Mitarbeiter*innen und eine Auszeichnung für „Great Place to Work“ in Österreich. Auch diese Preise bestätigen den Erfolg der Mitarbeiter-App. Mehr über die Mitarbeiter-App der Hausbetreuung Attensam kann auch unter staffba.se/attensam nachgelesen werden.

Kultureller Wandel durch Mitarbeiter-App



ca. 900



viele Büros in
Großbritannien



60 Standorte



Sam Nicholls,
Director

“*Alles, was wir bei der Arbeit für selbstverständlich hielten, das Schwarze Brett, das Büro, die E-Mail, der Schulungskurs, ist jetzt auch unterwegs verfügbar. Neue Methoden der mobilen Bereitstellung werden das Lernen und die Kommunikation auf verschiedenen Ebenen in unserem Unternehmen erheblich verbessern.*“



INSIDE OUT

seit Februar 2017

Herausforderung

Intelligent Office UK ist Großbritanniens führender Anbieter von Unterstützungsdiensten für Anwaltskanzleien. Intern gab es keinen einzigen Kanal, über den alle 900 Mitarbeiter*innen an mehr als 60 Standorten erreicht werden konnten, was einen kulturellen Wandel praktisch unmöglich machte. Deshalb machte sich das Kommunikationsteam auf die Suche nach einer mobilen Lösung, die nicht nur alle Mitarbeiter*innen erreicht, sondern auch eine Interaktion zwischen der Belegschaft erlaubt und Nachrichten in Sekundenschnelle an alle Mitarbeiter*innen versendet.

Lösung

Das brachte das Kommunikationsteam dazu, eine vollständig gebrandete, mobile App mit interaktiven Newskanälen einzuführen, die von Mitarbeiter*innen geführte Schwarze Bretter beinhaltet und die Möglichkeit für die Unternehmensleitung bietet, Video-Uploads für personalisierte Nachrichten anzubieten. Die App ist leicht bedienbar und flexibel, die Kommunikation ist abteilungsübergreifend. Durch Blogs und Trainings können Teams voneinander lernen und so effizienter arbeiten. Ergänzt wird die App durch Wettbewerbe und die Möglichkeit zur Interaktion mit Hilfe von Likes und Kommentaren unter veröffentlichten Beiträgen. Die App ist wie ein internes soziales Netzwerk, das die Unternehmenskommunikation menschlich und nahbar macht.

Ergebnisse

Die mobile Plattform ermöglicht es dem Kommunikationsteam, eine erhöhte Transparenz im Unternehmen und eine Unternehmenskommunikation, die jede Mitarbeiter*in einbindet und wertschätzt, zu schaffen. Durch das Teilen von Erfahrungen und aktuellen Arbeitsständen über die App wird die Effizienz in den Teams erhöht. Dabei kann sich jede Mitarbeiter*in aussuchen, über welches Gerät sie auf die App zugreifen. Hierbei entscheidet sich über die Hälfte der Belegschaft auf den Zugriff auf die App per Computer, sodass die Oberfläche der App als Intranet dient. Die andere Hälfte der Belegschaft greift wiederum mobil per Smartphone auf die App zu, um auch unterwegs auf dem neuesten Stand zu sein.

Mitarbeiter-App formt neue Kultur von Brasilien bis Indien

we.do Me@Leadec - Mitarbeiterangebote

Mitarbeiterangebote - gute Konditionen und Rabatte

Ermäßigt einkaufen, mit dem Leasing-Firmenfahrrad zur Arbeit fahren, nach Feierabend mit dem ermäßigten Fitness-Abo Sport treiben.

Leadec bietet seinen Mitarbeitenden unter Me@Leadec vergünstigte Angebote für unterschiedliche Bereiche und leistet dadurch einen Beitrag zu ihrem Work-Life-Balance.

we.do @Leadec

Globale News
Leadec am Puls der digitalisierten Fabrik

We talk | Texten | Covid-19 info | Your voice

Leadec.os

1. März um 14:43 Uhr - Leadec.os-Updates

Home | Covid-19 global info



ca. 20.000



Stuttgart,
Deutschland



300 Standorte



Dr. Marion Hebach,
Leiterin Global
Communications

“ In unserer sehr dezentralen Kultur bildet die App weltweit die Klammer um alle Bereiche und hält uns buchstäblich zusammen. Die Informationen und die Kommunikation in der App und die Transparenz, die dadurch entsteht, bieten Orientierung in der Arbeitswelt und helfen uns, produktiv und effizient zusammenzuarbeiten. Die we.do App ist unsere digitale Tageszeitung, Austauschplattform und Motivationsquelle.“



we.do
seit September 2017

Dienstleistungsanbieter

Herausforderung

Leadec entstand Anfang 2017 aus der Voith-Gruppe heraus. Plötzlich selbständig waren die Führungskräfte gefordert, die neue Strategie umzusetzen und ihre (Verwaltungs-)Mitarbeiter*innen dabei mitzunehmen. Die gewerbliche Belegschaft verspürte erfahrungsgemäß weniger Bindung zu ihrem Arbeitgeber, sondern identifizierte sich mit den bekannteren Endkunden, wie Daimler oder Bosch, in deren Werken sie arbeiten. Diese Mitarbeitenden wurden nur über Schwarze Bretter oder über die Mitarbeiterzeitung erreicht. Diese war das einzige globale Instrument für die interne Kommunikation. Ein weltweites Intranet gab es nicht. Die Aufgaben der Kommunikationsabteilung bestanden deshalb darin, den Wandel zu begleiten und den gewerblichen Mitarbeiter*innen einen einfachen Zugang zu kontinuierlichen Informationen zu ermöglichen.

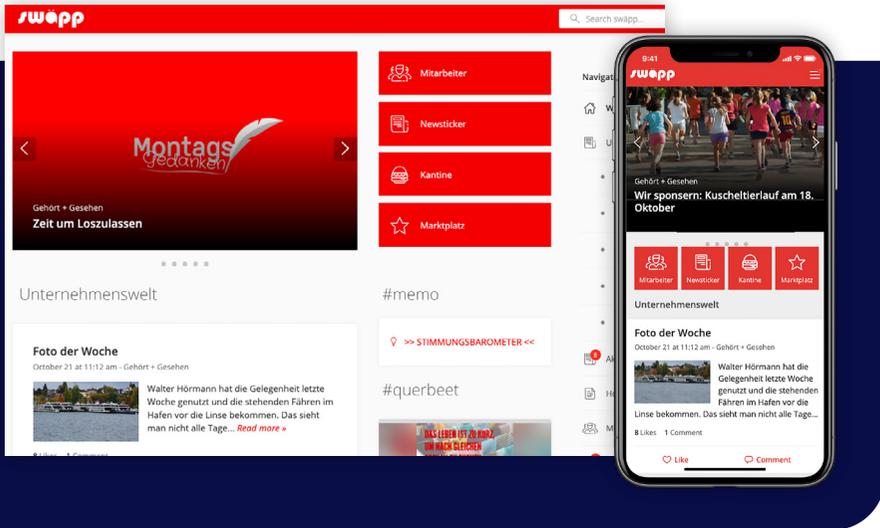
Lösung

An die Stelle des Mitarbeitermagazins trat die *we.do* App mit einem klaren Fokus auf die Newsfunktion. Die News werden von verschiedenen Redaktionsteams zielgruppengerecht aufbereitet: Ein globaler Kanal informiert über Änderungen und Neuheiten sowie Erfolgsgeschichten aus der globalen Leadec-Welt. Verschiedene lokale, länderspezifische Kanäle bringen Neuigkeiten direkt aus der Lebenswelt der Mitarbeiter*innen vor Ort – immer in der jeweiligen Landessprache. Daneben haben alle Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, selbst Posts im Kanal „Your Voice“ zu veröffentlichen – und das ohne Genehmigungsprozess. Auch Kommentare und Likes sind auf allen Kanälen aktiviert.

Ergebnisse

Zielgruppenorientiert versorgt die App seither die Belegschaft rund um den Globus zeitnah mit Informationen und gibt ihnen durch den Kanal „Your Voice“ eine Stimme. Die App formt eine neue Unternehmenskultur von Brasilien bis Indien und aus der Vielfalt der verschiedenen Kulturen eine eigene Identität. Die Belegschaft ist ermutigt, ihre Meinung einzubringen und das Management lernt, das zu erlauben, zu vertrauen und genauestens zuzuhören. Eine Engagement-Rate von über 90 Prozent untermauert das. Mit der Mitarbeiter-App meistert Leadec inzwischen die drei größten Herausforderungen der internen Kommunikation: Mitarbeitende mit relevanten Inhalten zu erreichen, sie in den Dialog über das Unternehmen einzubinden und ihnen das Ganze so einfach wie möglich zu machen.

Swäpp – Die Mitarbeiter-App der Stadtwerke Konstanz



ca. 1.000



Konstanz,
Deutschland



13 Standorte
in Konstanz,
Friedrichshafen
und Lindau



Christopher Pape,
Unternehmenskommunikation

“ Die Bedeutung des Themas Digitalisierung spricht für sich, da waren wir uns mit der Führungsebene schnell einig. Wir haben dann nach einer Lösung gesucht, die alle Fliegen mit einer Klappe schlagen würde und mit der wir gleich loslegen konnten. So kamen wir zu Staffbase.“



Swäpp

seit September 2017

Herausforderung

Die Berufe aller Mitarbeiter*innen der Stadtwerke in Konstanz sind sehr vielfältig: Busfahrer*innen, IT-Spezialist*innen, Elektroniker*innen, Fachangestellte für Bäderbetriebe etc. Dementsprechend viele Mitarbeiter*innen arbeiten also auch nicht an einem Schreibtisch. Die Herausforderung liegt somit darin, eine so vielfältige Belegschaft jederzeit mit aktuellen Informationen zu erreichen. Eine Befragung zeigte, dass ein veraltetes Intranet nur wenige der knapp 1.000 Angestellten mit Nachrichten versorgte.

Lösung

So fand das Kommunikationsteam ihre neue Mitarbeiter-App *Swäpp*, eine mobile Kommunikationsplattform mit individuellen Kanälen, aktuellem Speiseplan, Informationen über das Unternehmen und Kleinanzeigen sowie digitalen Umfragen. Sie soll den Austausch der Mitarbeiter*innen untereinander anregen und diese zum Handeln motivieren. Die Mitarbeiter*innen wurden im Vorfeld auf verschiedene Wege über den Launch aufmerksam gemacht. Ein Artikel in der Mitarbeiterzeitung informierte frühzeitig über die neue App. Außerdem bekamen alle einen persönlichen Brief mit einer individuellen Einladung in die App. Darüber hinaus wurde jede Mitarbeiter*in zu einem persönlichen Fotoshooting eingeladen, bei dem von einem professionellen Fotografen die Profilbilder für die App geschossen wurden.

Ergebnisse

Durch die aufwendigen Marketingmaßnahmen vor dem Launch der App waren schon nach vier Tagen über ein Drittel der Belegschaft in der App der Stadtwerke Konstanz angemeldet. Durch weitere transparente Kommunikation in der App *Swäpp* und begeisterte Mitarbeiter*innen, die als Werbebotschafter für ihre Kolleg*innen wirkten, waren nach nur zwei Monaten die Hälfte aller Mitarbeiter*innen registriert. Insgesamt ist die App Teil eines Digitalisierungsprogrammes im Unternehmen, bei dem neben der internen Kommunikation auch das Projektmanagement, das Datenmanagement und das Personalwesen digitalisiert werden. Wie der Launch genau funktioniert hat, erklärt auch ein Blogartikel, verfügbar unter staffba.se/StadtwerkeKonstanz.



Telekom Service

Außendienstmitarbeiter*innen rücken durch die Service Dialog App näher zusammen!



ca. 40.000



Bonn,
Deutschland



Einsätze
deutschlandweit



Walter Kunz,
Infomanagement
Prozesse & Systeme

„ Durch die Service Dialog App ist es nun endlich möglich, alle Mitarbeiter*innen mit wichtigen Informationen schnell und einfach zu erreichen. Wir bieten eine Plattform, in der sich alle intuitiv zurechtfinden können. Vor allem die enge Zusammenarbeit mit den Betriebsräten und die hohe Interaktion in der App machen uns stolz.“



Service Dialog

seit September 2017

Herausforderung

In der Außendienst-Flotte der Deutschen Telekom sind über 9.000 Mitarbeitende beschäftigt, die zusammen täglich 67.000 Kundenkontakte haben. Die Kommunikation mit diesen dezentralen Mitarbeiter*innen war eine der größten Herausforderungen der internen Kommunikation. Gängige Formate wie Newsletter und E-Mails haben die Belegschaft einfach nicht mehr erreicht. Vor allem für Non-Desk-Mitarbeitende ist ein Tool relevant, das jederzeit abrufbar ist und alle wichtigen Informationen enthält. Weitere bedeutende Anforderungen waren Benutzerfreundlichkeit und intuitive Bedienung. Sicherheitsthemen spielten bei der Entscheidung ebenso eine übergeordnete Rolle: Von Datenschutzbeauftragten ungern gesehene WhatsApp-Gruppen für Arbeitsthemen wurden durch Team-Kanäle in der sicheren App-Umgebung abgelöst.

Lösung

Service Dialog App, eine mobile Kommunikationslösung mit einem Medienmix aus News, Videos, Teambereichen, Themenkanälen, Podcasts und Störungsticker schafft es, neben der Informationsvermittlung auch noch Emotionen zu vermitteln und wird zur „mobilen Heimat“. Die App verbindet erfolgreich Teamleiter*innen, Disponent*innen und Servicetechniker*innen im Außendienst. Damit werden Kommunikationswege verkürzt und die Kundenerfahrung verbessert. In der App können die Mitarbeitenden nicht nur die zentralen Unternehmensnachrichten verfolgen, sondern individuell ausgewählte Blogs lesen, neuen Formaten folgen, technische Fragen an Kolleg*innen stellen und beantworten, zu Themen diskutieren und chatten.

Ergebnisse

Nach 12 Monaten waren über 9.000 Mitarbeitende in der *Service Dialog* App registriert, darunter 96 Prozent des Außendienst-Personals. Über 55 Prozent loggen sich an Werktagen täglich ein und hinterließen in den letzten Jahren über 85.000 Kommentare. 2018 wurde diese Kommunikationsstrategie mit dem INKOMETA-Preis in der Kategorie „Beste Mitarbeiter-App“ ausgezeichnet. Nach diesem Erfolg rückten auch andere Einheiten aus dem Service nach. Heute können weitere 30.000 Nutzer*innen die App für sich entdecken: Technischer Kundenservice, Technik sowie Servicepartner*innen – crossfunktionale Teams finden zusammen und rücken näher. Nähere Informationen gibt es auch unter staffba.se/ServiceDialog.

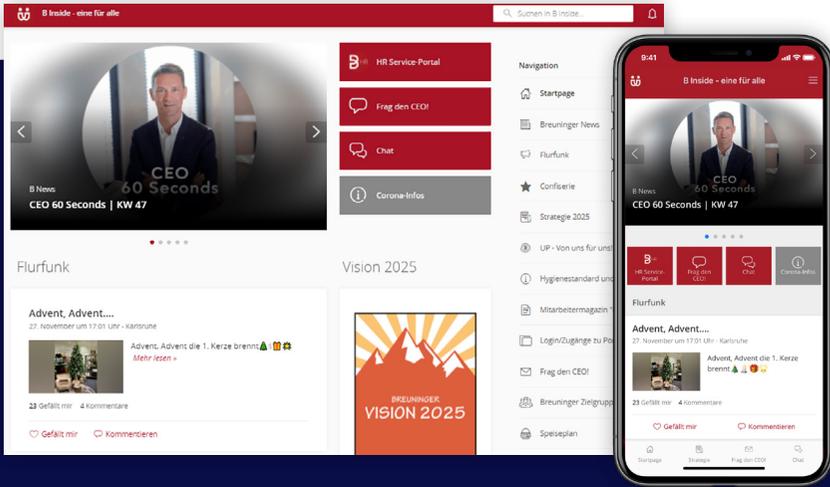
Einzelhandel

Der Einzelhandel kämpft genauso wie andere Branchen um qualifizierte Mitarbeiter*innen. Viele Jobangebote sorgen für eine große Auswahl für Fachkräfte einerseits und eine hohe Fluktuationsrate für Unternehmen andererseits. Arbeitgeber setzen deswegen auf ein starkes Employer Branding, so dass Mitarbeiter*innen häufiger mit der externen Unternehmenskommunikation in Kontakt kommen als in anderen Branchen. Bestenfalls sollte hier der interne und externe Auftritt des Unternehmens übereinstimmen.

Hinzu kommt, dass die meisten Einzelhandelsunternehmen zunehmend Wert auf E-Commerce legen, was weniger Geschäft in den Filialen vor Ort und mehr Online-Präsenz bedeutet. Die Digitalisierung verändert die Art und Weise, wie Einzelhandelsunternehmen mit ihren Kund*innen interagieren, und auch die Mitarbeiter*innen bleiben von diesem digitalen Wandel nicht unberührt. Für diese kommunikativen Herausforderungen kann eine Mitarbeiter-App die richtige Lösung sein. Die interne Kommunikation findet so einen zentralen Kanal, der dabei hilft, die Unternehmenskultur zu stärken. Die Mitarbeiter-App verkörpert dabei den digitalen Wandel von Unternehmen und ist das geeignete Mittel um Wertschätzung auszudrücken, die Belegschaft zu motivieren und deren Erfolge zu feiern. Welche Vorteile eine eigene App noch hat, zeigen die folgenden App-Projekte von Unternehmen wie beispielsweise Paulaner Brauerei und Chicorée Mode.



Mitarbeiter-App als
stützendes Tool für
internationales Wachstum



ca. 6.500



Stuttgart,
Deutschland



13 Standorte
+ Onlineshops
in 4 Ländern



Christian Witt,
Director Corporate
Communications & Sustainability

“ Wir bei Breuninger haben uns das Ziel gesetzt, mit einem neuen Kommunikationsmedium alle Mitarbeiter*innen im Unternehmen zu erreichen – unabhängig von ihrem Arbeitsplatz. In unserem schnelllebigen Arbeitsalltag sollen die wichtigsten Informationen ohne Umwege direkt an jede einzelne Person ausgespielt werden, um eine transparente und tagesaktuelle Kommunikation möglich zu machen.“



B Inside

seit Februar 2017

Herausforderung

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger zählt zu den führenden Multichannel-Department-Stores in Europa und umfasst insgesamt 13 Häuser in Deutschland und Luxemburg. Der Onlineshop ist darüber hinaus auch für Kund*innen in Österreich, Polen und in der Schweiz verfügbar. Breuninger entwickelt sich kontinuierlich weiter und geht internationale Wege. Das bisherige Intranet wurde den immer höheren Ansprüchen nicht mehr gerecht und eine neue Lösung musste gefunden werden. Die Voraussetzungen: schnelle Informationsverbreitung, Zugänglichkeit für alle und eine unkomplizierte Anwendung.

Lösung

Die Entscheidung fiel auf die eigens gebrandete Mitarbeiter-App *B Inside*. Unternehmensrelevante Informationen können tagesaktuell an die gesamte Belegschaft ausgespielt werden. Die Mitarbeiter*innen selbst erstellen in unterschiedlichen Redaktionsteams spannende Beiträge in den Kanälen, die ihren Standort oder regionale Themen betreffen. Über eine integrierte Chat-Funktion kann man sich jederzeit untereinander austauschen und über das Formular „Frag den CEO“ ist es möglich, direkt mit der Unternehmensleitung Kontakt aufzunehmen. Darüber hinaus sollen unternehmensspezifische Links und Zugänge zu Portalen den Arbeitsalltag aller Angestellten erleichtern.

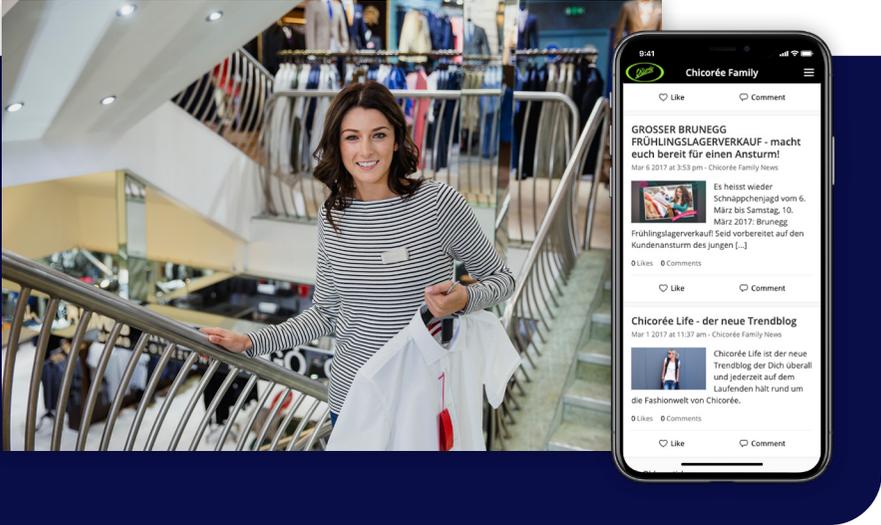
Ergebnisse

Startschuss für die Mitarbeiter-App *B Inside* war im Februar 2017. Unternehmensweit bespielen rund 100 Redakteur*innen unter der Leitung der Unternehmenskommunikation die einzelnen Kanäle mit bunten Themen. In geschlossenen Gruppen können sich die Abteilungen über bestehende Projekte und Prozesse austauschen und im offiziellen Kanal „B News“ werden die wichtigsten Breuninger-Themen redaktionell aufbereitet und an alle Nutzer*innen ausgespielt. Eventregistrierungen für Aktionen an den einzelnen Standorten sowie spezifische Umfragen an bestimmte Personengruppen ergänzen das breitgefächerte Kommunikationsangebot. Bis heute nutzen mehr als 80 Prozent der Belegschaft die App und es kommen täglich neue Nutzer*innen hinzu. Diese Art der modernen Kommunikation ist ein elementarer Grundstein für die ambitionierten Unternehmensziele von Breuninger und soll perspektivisch noch weiter ausgebaut werden.



Chicorée Mode AG

Transparente interne Kommunikation erhält die Familienwerte von Chicorée



ca. 800



Dietikon,
Schweiz



150 Standorte



Pascal Weber,
Projektverantwortlicher

“ Durch die Mitarbeiter-App können wir unseren familiären Charakter weiter stärken und mit allen Mitarbeiter*innen direkt und rund um die Uhr kommunizieren. Alle Informationen, die wir über die Chicorée Family App verteilen sind jederzeit verfügbar.“



Chicorée Family App

seit Januar 2017

Herausforderung

Chicorée ist mit über 150 Läden und über 10 Millionen jährlich verkauften Kleidungsstücken eine der größten Textilketten für Damenmode in der Schweiz. Gegründet 1982 expandiert das Unternehmen immer weiter. Eins soll dabei aber erhalten bleiben: der familiäre Charakter. Bis dato gab es kein Tool, das alle Mitarbeiter*innen des Unternehmens erreicht und vor allem auch der digitalen Kommunikation junger Generationen entspricht. Ein neues Tool für die interne Kommunikation sollte dementsprechend nah an den Mitarbeiter*innen sein und die familiären Werte des Unternehmens vermitteln. Zudem beschäftigt das Unternehmen vor allem jüngere Mitarbeiter*innen aus den Generationen Y und Z, die eine konstante Kommunikation und regelmäßiges Feedback fordern. Die Verfügbarkeit von Informationen auf Smartphones ist dabei Grundvoraussetzung.

Lösung

Das Unternehmen hat mit der *Chicorée Family App* die perfekte Lösung für seine junge Belegschaft und den Wunsch nach einem Tool für die familiäre Kommunikation gefunden. Die Mitarbeiter-App kann auf dienstlichen und privaten Smartphones genutzt werden. Sie beinhaltet interaktive Newskanäle, ein Mitarbeiterverzeichnis, Umfragen, Gewinnspiele und Feedback-Möglichkeiten, wodurch alle Mitarbeiter*innen rund um die Uhr flexibel mit Informationen versorgt werden. Über die Umfragen erhält Chicorée Feedback von seinen Mitarbeiter*innen, was den Grundstein für konstante und beidseitige Kommunikation legt. Dies hilft sowohl dem Management, die Mitarbeiterzufriedenheit hochzuhalten, bietet aber auch der Belegschaft einen direkten Weg, Kritik und Ideen kundzutun. Alle Mitarbeiter*innen erhalten durch eine offene Startseite die Möglichkeit, selbstständig Inhalte zu teilen.

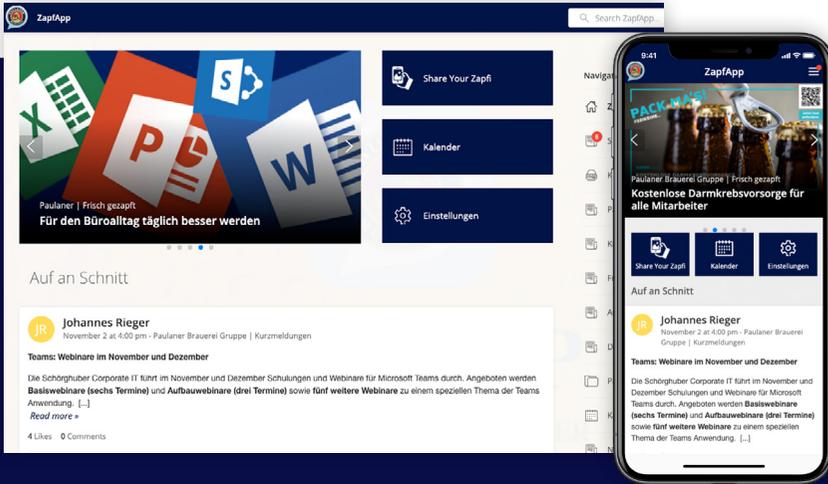
Ergebnisse

81 Prozent aller Mitarbeiter*innen nutzen die *Chicorée Family App*. Wie wurde das geschafft? Durch Inhalte die wirklich interessieren und durch eine hohe Flexibilität. Mit der App konnten die Markenidentifikation und der Kundenservice verbessert werden. Wöchentlich verzeichnet Chicorée bis zu 450 aktive Nutzer*innen. Mehr Informationen zur Mitarbeiter-App der Chicorée Mode AG gibt es unter staffba.se/chicoree.



Paulaner Brauerei GmbH & Co. KG

Eine Mitarbeiter-App:
wie Flurfunk – nur cooler



ca. 1.600



München,
Deutschland



6 Standorte



Johannes Rieger,
Kommunikation &
Öffentlichkeitsarbeit

“*Das Mitarbeitermagazin, der Zapfhahn, war nicht mehr zeitgemäß. Allein die Herstellung hat hier fast drei Monate gedauert.*”



ZapfApp

seit August 2016

Herausforderung

„Gut, besser, Paulaner“ – der bekannte Slogan der Paulaner Brauerei ist nicht nur ein Werbespruch, sondern eine Richtschnur für alle Paulaner-Mitarbeiter*innen. Seit den Anfängen 1634 als Klosterbrauerei steht der Name Paulaner für höchste Qualität und Münchner Bierkultur. Die Brauerei ist ein alteingesessener Münchner Familienbetrieb, der mittlerweile in über 80 Länder weltweit exportiert und sich zu einem global denkenden, modernen und erfolgreichen Markenunternehmen entwickelt hat. Dazu passte allerdings die bisherige Unternehmenskommunikation nicht. Eine veraltete Mitarbeiterzeitschrift brauchte Monate, um produziert und an mehrere Unternehmensstandorte geschickt zu werden. Außerdem konnte die Zeitung nicht mit der Geschwindigkeit der neuen Medien mithalten.

Lösung

Um ihre verschiedenen Standorte zu verbinden und mit den aufkommenden neuen Medien mitzuhalten, hat Paulaner seine eigene gebrandete Mitarbeiter-App etabliert: die *ZapfApp*. Diese für das Smartphone optimierte Plattform unterbreitet allen registrierten Mitarbeiter*innen aktuelle Unternehmensnachrichten, Push-Benachrichtigungen für wichtige Updates, interaktive Newskanäle, den Kantinenplan und Pulsumfragen. Mit der App ist die interne Kommunikation also heute in der Lage, ad hoc auf Ereignisse zu reagieren und mehr Mitarbeiter*innen zu erreichen. Doch auch die Stimmen der Mitarbeiter*innen sollen gehört werden. Mit eigenen Blogs zu Themen wie dem Wiesn-Dienst und Berichten von den Festival-Testern werden neue Formate geschaffen. Auch Umfragen wurden auf den Smartphones über die App zugänglich gemacht, wodurch sich heute 70 Prozent der Mitarbeiter*innen beteiligen.

Ergebnisse

In einer traditionellen Branche ist Paulaner mit einer digitalen Lösung für die interne Kommunikation Vorreiter. 70 Prozent Nutzerquote in den ersten drei Monaten zeigt den Kommunikator*innen, dass sie mit einer Mitarbeiter-App auf dem richtigen Weg sind, um nicht nur effizienter zu kommunizieren, sondern auch die gesamte Belegschaft mehr wertzuschätzen. Die ganze Erfolgsgory gibt es unter [staffba.se/ Paulaner](http://staffba.se/Paulaner) zum Nachlesen.

Ziggo Service BV

Eine App erleichtert
den Arbeitsalltag
von 1.500 Mitarbeiter*innen



ca. 5.200



Amsterdam,
Niederlande



2 Standorte in
den Niederlanden



Moustapha Behaddou,
Performance
Improvement Manager

“ Wir haben technisches Fachpersonal überall in den Niederlanden. Von ihnen haben alle unterschiedliche Aufgaben und Fähigkeiten, sind auf einem anderen Gebiet tätig oder haben ein anderes Team. Uns war es besonders wichtig, diesen Mitarbeitern nur noch die für sie relevanten Informationen zukommen zu lassen.“



Coco
seit Januar 2019

Herausforderung

Das Ziel von Ziggo Service BV ist es, durch moderne Technologien Menschen zu verbinden, sowohl die Kundschaft als auch die eigenen Mitarbeiter*innen. Trotzdem gab es einige Probleme, die 1.500 Mitarbeiter*innen ohne einen eigenen E-Mail-Zugang in die interne Kommunikation einzubinden – die Techniker*innen im Außendienst blieben völlig getrennt von Unternehmensinformationen und hatten wenig Kontakt zu den Kolleg*innen. Die Mitarbeiter*innen waren gezwungen, die verschiedensten – teils auch privat angelegten – Kanäle zu nutzen, um miteinander zu kommunizieren und Informationen auszutauschen. Dies führte häufig zu einer Verbreitung von ungenauen und inkorrekten Informationen, die die Arbeit der Belegschaft im Außendienst erschwerte und zeitaufwendiger machte.

Lösung

Deshalb führte das Unternehmen die App *Coco* ein – eine mobile Mitarbeiter-App mit zielgerichteten Newskanälen, aktuellen Feedback-Formularen und interaktiven Schwarzen Brettern, mit der Wissen untereinander ausgetauscht werden kann. Mit der App müssen die Techniker*innen des Unternehmens nicht mehr nach jedem Auftrag ihre Laptops im Auto aufklappen, um den nächsten Auftrag einsehen zu können, sondern erhalten diese Information direkt auf ihre Smartphones.

Ergebnisse

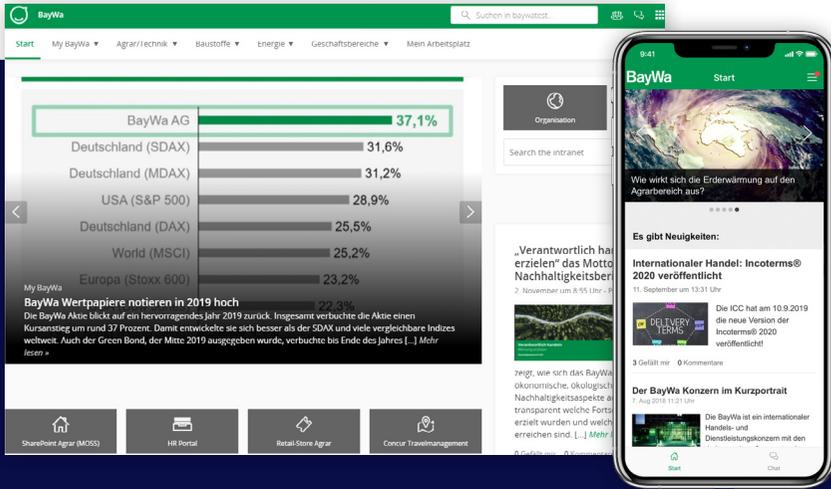
Über 90 Prozent der Techniker*innen sagen, dass sie ohne *Coco* nicht mehr arbeiten möchten, da z. B. veröffentlichte Musterlösungen in der App zu einer enormen Zeitersparnis beitragen. Durch Push-Benachrichtigungen ist jede Mitarbeiter*in stets auf dem neuesten Stand. In der Vergangenheit hat es bei Problemen oft sehr lang gedauert, bis eine Lösung gefunden werden konnte. Mit *Coco* kann das Kommunikationsteam ein Formular erstellen und als Nachricht an bestimmte Teams vor Ort versenden, um Feedback und Musterlösungen zu sammeln. Dann können alle diese Informationen benutzen, um eine schnellere Lösung für die Kundschaft zu finden. In der App kann sich jede Mitarbeiter*in sicher sein, dass sie nur die Informationen enthält, die für sie bestimmt sind, und wird somit nicht mit für sie unwichtigen Informationen überflutet. Mehr Einblicke in die Mitarbeiter-App von Ziggo Service BV gibt es auch unter staffba.se/Ziggo.

Beispiele aus weiteren Branchen

Im letzten Kapitel werden weitere spannende Praxisbeispiele aus unterschiedlichen Branchen vorgestellt. Dazu gehören zum Beispiel Non-Profit-Organisationen und Unternehmen aus den Bereichen Landwirtschaft und Großhandel. Auch deren Kommunikationsverantwortliche stehen vor typischen kommunikativen Herausforderungen: Sie müssen alle Organisationsmitglieder optimal informieren und dafür eine einheitliche Anlaufstelle anbieten. Gleichzeitig möchten die (teilweise ehrenamtlichen) Mitarbeiter*innen individuelle und für ihr Aufgabengebiet relevante Nachrichten erhalten, sodass sie für ihre Tätigkeiten bestens vorbereitet sind. Erfahrungsberichte zeigen, dass Mitarbeiter-Apps dafür sorgen, dass sich alle Mitglieder einer Organisation informiert fühlen und bei aufkommenden Fragen schnell eine Antwort erhalten. So werden auf Dauer Unsicherheiten vermieden und der Belegschaft auch im Umgang mit Krisensituationen ein größeres Selbstvertrauen vermittelt. Welche anderen Vorteile Unternehmen wie BayWa, die Frauenthal Handel Gruppe und die Stadt Chemnitz in der Nutzung einer App sehen, kannst du in diesem Kapitel nachlesen.



Eine Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit um 100 Prozent – die BayWa AG zeigt, wie es geht



ca. 20.000



München,
Deutschland



3.000 Standorte
weltweit



Anja Walther,
Digitale Interne
Kommunikation

„Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der My BayWa können Informationen individuell und personalisiert an die Mitarbeiter*innen ausgespielt werden. Der Konzern wird immer weiter vernetzt und mit Hilfe der My BayWa konnten wir eine übergreifende Kommunikations- und Wissensplattform schaffen, auf der nun auch das Intranet ihren Platz gefunden hat.“



My BayWa

seit Juni 2018

Herausforderung

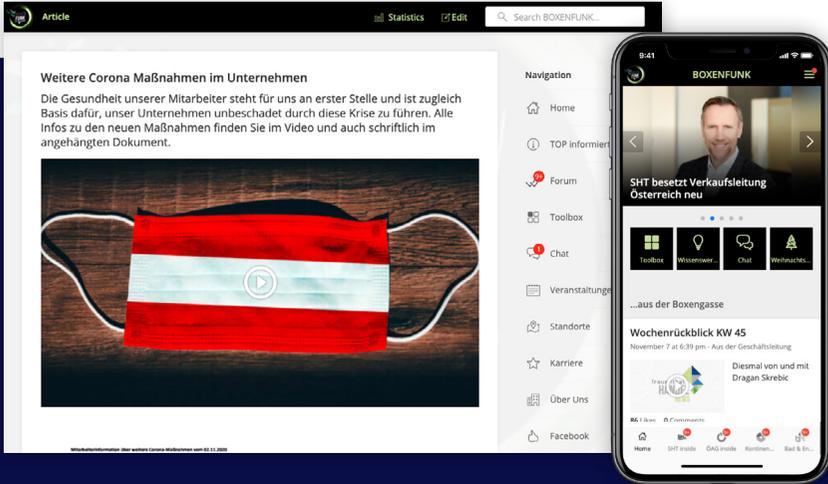
Die BayWa AG ist ein Mischkonzern, der Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Landwirtschaft, Baustoffe und Energie vertreibt. Das alte Intranet konnte den Anforderungen eines so breit gefächerten Konzerns nicht gerecht werden, da dort veröffentlichte Informationen durch allgemeine Kanäle nicht zielgerichtet genug verbreitet werden konnten. Über 3.000 Kolleg*innen haben außerdem keine E-Mail-Adresse und konnten nicht auf die Inhalte im Intranet zugreifen. Die bisherigen Instrumente der internen Kommunikation (Schwarzes Brett und Mitarbeitermagazin) konnten weder an die Schnelligkeit, Aktualität und Relevanz einer Mitarbeiter-App heranreichen, noch den Zeitgeist mobiler Kommunikation treffen, den die Mitarbeiter*innen außerhalb der Arbeit gewohnt waren.

Lösung

Auf der Suche nach einer Anwendung für alle Mitarbeitenden fand das Unternehmen seine eigene gebrandete Mitarbeiter-App *My BayWa*. Mit der App können Informationen heute zeitnah und aktuell ausgespielt werden, um eine gleiche Ausgangsbasis für alle Mitarbeiter*innen zu schaffen. Die Mitarbeitenden erstellen außerdem auch selbst Inhalte, die individuell auf Themen und Regionen zugeschnitten sind, wodurch das Engagement gefördert werden konnte. Die datenschutzkonforme App sollte außerdem unsichere private Chat-Anwendungen überflüssig machen.

Ergebnisse

Nachdem die Mitarbeiter-App *My BayWa* 2017 den Pilot-Test erfolgreich durchlaufen hatte, wurde sie im September 2018 für das gesamte Unternehmen gelauncht. Für jeden Geschäftsbereich gibt es aktuell 50–70 Redakteur*innen, die sich vorrangig mit regionalen Themen beschäftigen. Weiterhin entstanden innerhalb der App innovative Portale, in denen sich Kolleg*innen aus aller Welt über Ideen oder Neuerungen in den Werkstätten austauschen können. Bis heute nutzen 94,5 Prozent der kaufmännischen Angestellten die neue Kommunikationsplattform. Sechs Monate nach dem Launch führte die BayWa eine erste Umfrage durch. Ergebnis: 84 Prozent der Mitarbeitenden finden, dass der Dialog durch die App gefördert wird und 92,5 Prozent fühlen sich gut bis sehr gut informiert. Die ganze Erfolgsgeschichte gibt es unter diesem Link zum Nachlesen: staffba.se/BayWa.



ca. 1.700



Wien,
Österreich



120 Standorte
in Österreich



Christine Scharrer,
Leitung Personalentwicklung

“ Die vielen positiven Rückmeldungen aus den unterschiedlichen Standorten haben uns gezeigt, dass die Entscheidung für unseren BOXENFUNK die absolut richtige war.“



BOXENFUNK

seit Oktober 2019

Herausforderung

Die Kommunikation in Zeiten von Corona stellte viele Unternehmen vor dieselbe Herausforderung: Wie gelingt es, Mitarbeiter*innen (blue und white collar), Zentralist*innen und natürlich die Teams im Rennen um die Umsatzzahlen direkt und unmittelbar zu erreichen sowie mit allen für die Belegschaft wichtigen Informationen zu versorgen? Wie gelingt es darüber hinaus, das Zusammengehörigkeitsgefühl in der Gruppe noch zu stärken? Die Frauenthal Handel Gruppe ist ein Großhandelskonzern mit mehreren marktführenden Vertriebsmarken, einem österreichweiten engen Filial- und Logistiknetz sowie unterstützenden Zentralfunktionen (wie IT, Finanz und HR).

Lösung

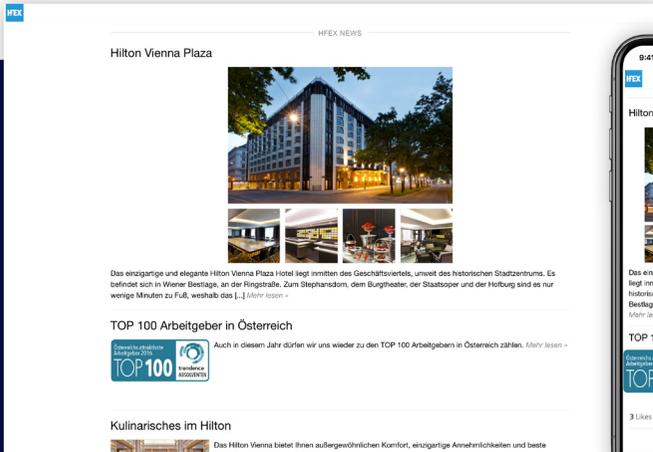
BOXENFUNK, die neue Mitarbeiter-App, war im Lockdown Gold wert. Ende Januar hat das Unternehmen *BOXENFUNK* im Zuge des jährlichen Mitarbeiter-Kick-offs präsentiert. Vor Ort noch hatten sich alle die App aus den Appstores heruntergeladen und sich via Single Sign-on eingeloggt. Keine 6 Wochen später war die Welt nicht mehr dieselbe, aber das Unternehmen konnte die Teams an allen Standorten fast im Stundentakt mit Kurzvideos und Infounterlagen versorgen, was Klarheit und Orientierung mit sich brachte. Dass alle dieselben Informationen direkt von den Führungskräften erhielten, bestärkte die Belegschaft darin, dass sie nur gemeinsam durch diese Krise gehen würden. Darüber hinaus galt es auch, das Onboarding neu zu denken, um neuen Kolleg*innen einen guten Überblick über die gesamte Firma, Schnittstellen und Karrieremöglichkeiten zu bieten. Dies geschieht seit dem Sommer 2020 in der eigenen *BOXENFUNK*-Gruppe, in der Führungskräfte ihre eigenen Bereiche vorstellen und sich mit neuen Mitarbeiter*innen vernetzen.

Ergebnisse

Für die Zeit, in der wohl alle Unternehmen vor derselben Herausforderung standen, hatte die Frauenthal Handel Gruppe bereits ein Tool zur Verfügung, mit dem Klarheit und Eindeutigkeit von Informationen gewährleistet sind. Das ermöglichte die besten Voraussetzungen für ein gelungenes An-Bord-Kommen in den stürmischen Covid-19-Zeiten. Einen ausführlicheren Einblick in die Mitarbeiter-App der Frauenthal Handel Gruppe gab es auch 2020 auf der Praxistour, jetzt verfügbar unter staffba.se/frauenthal.

Hilton International Wien GmbH

Mitarbeiterwertschätzung durch
eine Mitarbeiter-App



ca. 500



Wien,
Österreich



3 Standorte
in Wien



Norbert B. Lessing,
Area General Manager

“ Wir haben interne Kommunikation bisher über E-Mails betrieben, haben da aber das Problem, dass nicht alle Mitarbeiter*innen einen eigenen E-Mail-Account besitzen. Und hier kam man an den Punkt, an dem wir gesagt haben, wir wollen alle erreichen und zwar mit der gleichen Information. Wir wollen Vielschichtigkeit erreichen, unterschiedliche Möglichkeiten für die Abteilungen schaffen unter sich zu kommunizieren, aber auch allgemeine Informationen vermitteln.“

**HFEX**

seit September 2016

Herausforderung

Circa die Hälfte der 500 Hotelmitarbeiter*innen hatten keine firmeninternen E-Mail-Adressen und somit keine Möglichkeit sich Neuigkeiten und Informationen zu beschaffen und sich mit anderen Kolleg*innen zu vernetzen. Das Unternehmen wollte aber alle Mitarbeiter*innen gleichzeitig mit derselben Information erreichen. Ziel war es, auf der einen Seite Vielschichtigkeit zu erreichen, sodass Abteilungen untereinander kommunizieren können, aber gleichzeitig auch allgemeine Informationen an alle zu vermitteln.

Lösung

Das Hotel weiß: Die Mitarbeiter*innen sind ihr wertvollstes Kapital. Deswegen entschieden sie sich für *HFEX*, eine für das Smartphone optimierte Plattform für die regionale und globale Kommunikation. Ausgestattet mit interaktiven Nachrichtenkanälen, Umfragen, Sightseeing-Tipps, direktem Feedback und der Möglichkeit, neue Mitarbeiter*innen der Generation Y anzusprechen, revolutioniert sie die interne Kommunikation. So sollten mit der App 100 Prozent der Mitarbeiter*innen erreicht werden, Informationen jederzeit und überall bereitstehen und am Ende sowohl die Erfahrungen der Belegschaft als auch der Kund*innen mit Hilton verbessert werden.

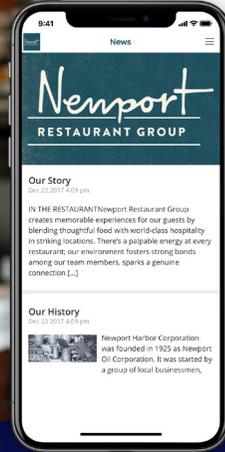
Ergebnisse

Ein Kommunikationserfolg für das gesamte Hotelnetzwerk: Zahlreiche aktive Nutzer*innen, die von mehr als vier Standorten aus miteinander und nicht mehr ortsgebunden kommunizieren. Auch nicht-deutschsprachige Mitarbeiter*innen können dank automatisch übersetzter Inhalte über alles auf dem Laufenden gehalten werden. Mitarbeiter*innen können dank der App mit anderen Kolleg*innen kommunizieren oder Informationen, wie den Geburtstag der Kolleg*in, Dienstpläne oder den Speiseplan der Kantine herausfinden. Viele Mitarbeiter*innen greifen auch gerne freiwillig von Zuhause oder aus dem Urlaub auf die App zu, um sich über die neuesten Entwicklungen und Geschichten aus dem Unternehmen zu informieren, Bilder aus dem Urlaub mit den Kolleg*innen zu teilen und den Speiseplan nach der Rückkehr zu checken. Weitere Informationen zur Mitarbeiter-App *HFEX* können unter staffba.se/Hilton nachgelesen und in einem Video angeschaut werden.



Newport Harbor Corporation

Kulturwandel
durch Mitarbeiter-App



ca. 900



Newport,
USA



14 Filialen
in den USA



Dan Lederer,
Marketingmanager

„Sobald man es geschafft hat, dass Mitarbeiter die App in die reguläre Social-Media-Rotation aufnehmen, ist es leicht, sie mit aktuellen Neuigkeiten auf dem Laufenden zu halten.“



NHC GO
seit Dezember 2017

Herausforderung

Die Restaurantkette Newport Harbor Corporation hatte keine Plattform, um alle 900 Mitarbeiter*innen an den 14 verschiedenen Standorten zu erreichen und über das tägliche Geschehen und wichtige Informationen auf allen Ebenen des Unternehmens zu informieren. Viele der Mitarbeiter*innen arbeiten direkt mit den Kund*innen, haben deswegen keinen eigenen Schreibtisch und so auch keine Möglichkeit regelmäßig Firmenmails zu lesen und sich so über Neuigkeiten im Unternehmen zu informieren. Dazu kommt, dass die einzelnen Standorte der Restaurantkette zum Teil weit voneinander entfernt sind und so Informationen nur selten schnell und zuverlässig von einem zum anderen dringen. Das bremst außerdem die Entwicklung einer gesunden Unternehmenskultur, in der Unternehmenswerte verstanden und gelebt werden.

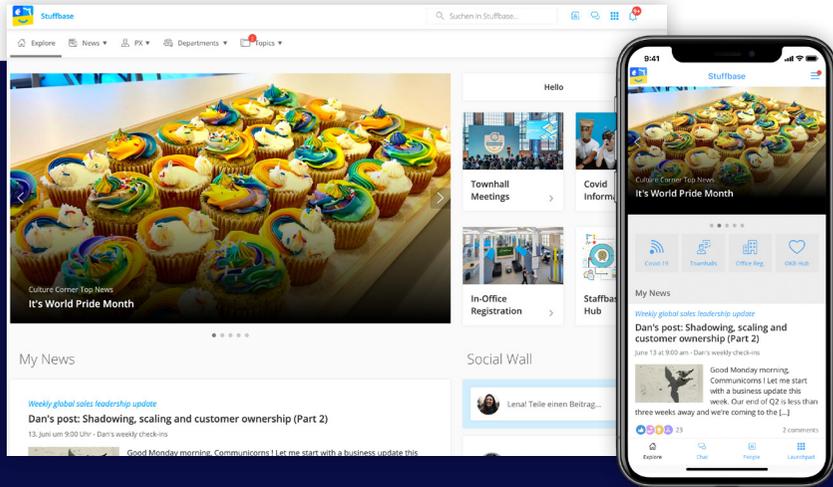
Lösung

Die Lösung war *NHC GO*, eine mobile Plattform in Form einer App für den Informationsaustausch, Kulturaufbau und die Mitarbeiteranerkennung, mit sofortigen Nachrichten-Updates, standortspezifischen Kanälen und statischen Ressourcen, die jederzeit und für alle Mitarbeiter*innen direkt zugänglich sind. Auf diese Weise macht man es allen Mitarbeiter*innen so einfach wie möglich, sich einzubringen. Alle Informationen aus dem aktuellen Intranet können außerdem in die App migriert werden, sodass die App zu dem zentralen Kommunikations- und Informationskanal wird.

Ergebnisse

Ein positiver kultureller Wandel lässt sich anhand der großen Akzeptanz für die App erkennen: 50 Prozent der Belegschaft sind nach den ersten drei Monaten aktive Nutzer*innen der App, von denen die meisten mehrmals pro Woche aktiv sind. Mit der App können Manager*innen nun Nachrichten direkt, zuverlässig und schnell zu den Mitarbeiter*innen tragen. Die Belegschaft kann die Nachrichten zu einem selbstgewählten Zeitpunkt und im eigenen Tempo lesen. So hilft die App der Unternehmensgruppe beim Informationsaustausch, bei der Entwicklung einer passenden Unternehmenskultur und auch dabei, diese aktiv zu leben.

Mitarbeiter-App als interner
Showcase der eigenen
Produktpalette



ca. 800



Chemnitz,
Deutschland



14 Standorte
weltweit



Dr. Martin Böhringer,
Geschäftsführer
und Mitgründer

“ Die Staffbase App ist für uns natürlich ein interner Showcase unseres eigenen Produkts und das war auch ihr zentraler Use Case. Das hat sich 2020 radikal geändert: Zum einen spüren wir, dass wir neben Slack und E-Mail ein Zuhause für unsere Kultur schaffen müssen. Und natürlich war auch bei uns die schnelle mobile Erreichbarkeit unserer Mitarbeitenden in den verschiedenen Standorten essentiell, um mit Lockdowns und monatlangem Home Office umzugehen.“



Stuffbase

seit Dezember 2017

Herausforderung

Stuffbase ist der weltweit führende Anbieter für Kommunikationsplattformen zur Verbesserung der Mitarbeiterkommunikation in großen internationalen Unternehmen. Über 800 Mitarbeiter*innen an 14 internationalen Standorten brauchen eine zentrale Plattform, um sich unternehmensweit auszutauschen und eine gemeinsame Unternehmenskultur zu pflegen. Gemäß des internen Unternehmensmottos „Eat your own dogfood“ setzt Stuffbase bei internen Kommunikationskanälen natürlich zuallererst auf eine Mitarbeiter-App, die die eigene Belegschaft in den Mittelpunkt des Unternehmensgeschehens rückt.

Lösung

Die *Stuffbase-App* bietet allen Mitarbeitenden des Unternehmens einen Ort des Austauschs, der Wissensvermittlung und der Verbundenheit. Das galt besonders seit dem Jahr 2020, als die App zu einem virtuellen Büro geworden ist. Die Mitarbeiter*innen tauschen sich wie vorher am Kaffeeautomaten oder während der Mittagspause stattdessen in der App aus. Die Kolleg*innen erzählen sich in der App, wofür sie ihr Weiterbildungsbudget genutzt und welche digitalen Teamevents besonders viel Spaß gemacht haben. Zur persönlichen Note tragen auch Beiträge von ganz oben bei, zum Beispiel, wenn der CEO seine Spotify-Playlist des Jahres teilt. Kurzum: Die App bietet Raum für jede individuelle Geschichte und schafft dabei Nähe trotz räumlicher Distanz.

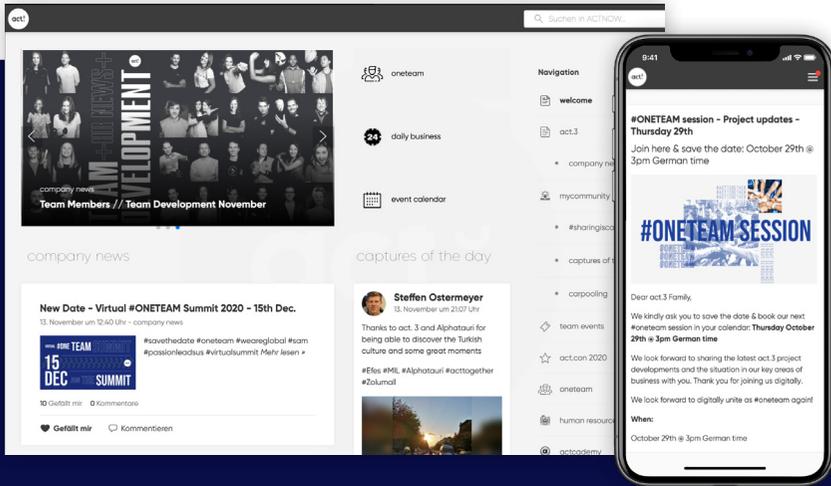
Ergebnisse

Im Dezember 2021 haben 78 Prozent der Mitarbeiter*innen die App aktiv genutzt, im ganzen Jahr wurden insgesamt 978 neue Beiträge publiziert, über 31.000 Mal der „Gefällt-Mir“-Button gedrückt und fast 6.000 Kommentare unter verschiedenen Posts hinterlassen. Dabei werden Inhalte automatisch in die bevorzugte Sprache der jeweiligen Mitarbeiter*in übersetzt. Die Belegschaft freut sich jedes Mal darauf, die brandneuen Features der App zu testen und durch Feedbackmöglichkeiten in der App zu deren Weiterentwicklung beizutragen. Geschäftsführer und Mitgründer Dr. Martin Böhringer ist sich sicher, dass die App auch in Zukunft Dreh- und Angelpunkt der internen Kommunikation bei Stuffbase bleibt.



act.3

Mit einer App verbessert act.3 den internen Kommunikationsfluss und den globalen Austausch



ca. 350



Herzogenaurach,
Deutschland



15 Standorte auf
4 Kontinenten



Aoife Walsh,
Corporate
Communication Lead

“*Kommunikation ist nicht das, was man für ein Team macht. Sie ist das, was man mit einem Team macht. Mit dem Staffbase-Tool haben wir ACTNOW, unsere interne Kommunikationsplattform, entwickelt. ACTNOW ermöglicht Updates und Austausch auf effektive und kreative Weise, stärkt unsere Kultur virtuell und verbindet unsere globale act.3-Gemeinschaft an einem Ort.*“

ACTNOW

seit Januar 2017

Herausforderung

act.3 ist eine globale Marketingagentur, die sich auf Brand Activation mit den Schwerpunkten Strategy, Creative & Content sowie Experiences spezialisiert hat. Zentral für ihre Arbeit ist das vernetzte Arbeiten in unterschiedlichen Projektteams und der interkulturelle Austausch aller 15 Standorte weltweit. Unternehmenskultur und mobile Datenzugriffe sind für die Gemeinschaft der Agentur essentiell. Den Mitarbeiter*innen fehlte aber bisher ein zentraler Kanal, um sich mit den Kolleg*innen anderer Abteilungen und Standorte zu verbinden, Wissen auszutauschen und die gemeinsame Kultur zu leben.

Lösung

Mit diesem Ziel vor Augen macht sich die Corporate-Communication-Abteilung von act.3 auf die Suche nach einem interaktiven Kanal, der alle Mitarbeiter*innen zuverlässig mit wichtigen Informationen versorgt und einen virtuellen Raum zum gemeinsamen Austausch bietet. act.3 entschied sich nach ausgiebiger Recherche für eine mobile-first Kommunikationsplattform. Die Mitarbeiter-App namens *ACTNOW* beinhaltet Unternehmensupdates, essentielle Infos und Kommunikationstools einzelner Abteilungen, einen Ort, um Projektupdates und Erfahrungen mit der globalen Community zu teilen, sowie Ressourcen, um mehr über act.3, die Firmenkultur und die eigenen Aufgabenfelder zu lernen. Außerdem bietet *ACTNOW* verschiedene Hilfsmittel, um effizienter und kollaborativ zu arbeiten und um neue Mitarbeiter*innen schneller in alle Abläufe einzuführen.

Ergebnisse

Nach dem Launch der App und kontinuierlichen Feedbackrunden wurde deutlich, dass die Mitarbeiter*innen nun ein Gefühl der gemeinsamen Vernetzung erfahren, das sie selbst zu mehr Engagement antreibt. *ACTNOW* wird genutzt, um sich regelmäßig auszutauschen, gemeinsam zu lernen und sich weiterzuentwickeln. Durch die verbesserten Kommunikationswege wurde die globale act.3-Community spürbar gestärkt.

Peaks & Plains Housing Trust

Von Top-Down- zu Bottom-Up-
Kommunikation mit nur einem
einzigem Klick



ca. 250



Aileen O'Riordan,
Digital Communication Lead



Macclesfield,
Großbritannien

“ Die Handhabung der Mitarbeiter-App ist sehr intuitiv. Es fühlt sich so an, als hätten wir sie schon immer. Das richtige Branding unterstützt unsere Unternehmenskommunikation.“



1 Standort
in Macclesfield



Peaks & Plains Team

seit Juli 2016

Herausforderung

Peaks & Plains ist eine gemeinnützige und innovative Wohnungsbaugesellschaft mit Sitz in Macclesfield. Ein verwirrendes und kompliziertes Intranet überforderte bis 2016 die Mitarbeiter*innen mit irrelevanter, top-down gerichteter Kommunikation. Außerdem wurden die Beschäftigten ohne Zugang zu einem Computer nicht erreicht.

Lösung

Um diese Probleme zu beheben wurde eine vollständig gebrandete Mitarbeiter-App mit interaktiven Nachrichtenkanälen eingeführt: *Peaks & Plains Team*. Integrierte Schwarze Bretter und Tools für das Ideenmanagement des Unternehmens optimieren das interne Wissensmanagement. In der App können die Kommunikator*innen zwischen top-down generierten Nachrichten, die ausschließlich Informationen transportieren, und Peer-to-Peer-Nachrichten auswählen, über die sich Mitarbeiter*innen direkt vernetzen können.

Ergebnisse

Das neue Kommunikationstool fördert die Entwicklung einer transparenten und wertschätzenden Unternehmenskultur. Durch die App kann nicht nur top-down, sondern auch bottom-up kommuniziert werden. Kommunikationsbarrieren wurden abgebaut, was nicht nur die Mitarbeiterzufriedenheit erhöht hat, sondern auch beflügelnd auf Engagement und Motivation der Mitarbeiter*innen wirkt. Auch die Nutzerzahlen wissen zu überzeugen: Nach einer Woche waren 90 Prozent der Belegschaft in der App angemeldet.

Deutsche Public Relations Gesellschaft

Unternehmensübergreifendes
Netzwerken per App



ca. 2.200
Mitglieder



Berlin,
Deutschland



Mitglieder
in Deutschland



Thomas Scharfstädt,
Leiter der Geschäftsstelle

“ Für einen Verband, der über 2.200 ganz unterschiedliche Professionals deutschlandweit vernetzt, ist es sehr wichtig, intern einfach und schnell und ohne technische Hürden zu kommunizieren. Daher haben wir unser altes Extranet durch die Staffbase Plattform ersetzt. Die App bietet alles: Spaß, Wissen, Netzwerken und Aktuelles. Sie ist das Berufsnetzwerk, das man immer zur Hand haben kann. Die Partizipation der Mitglieder ist durch die App stetig gestiegen.“

Herausforderung

Seit über 60 Jahren bildet der ehrenamtlich geführte Verband aus Kommunikator*innen und PR-Profis die ganze Vielfalt der Branche ab. In 13 Arbeitskreisen, neun Landesgruppen und weiteren Verbandsgruppen engagieren sich Menschen mit unterschiedlichster Erfahrung und Know-how, um ein Netzwerk für alle zu schaffen, deren Leidenschaft professionelle Kommunikation ist. Die Akteur*innen sind Menschen aus Unternehmen, Freelancer*innen, Trainees und Studierende. Die Strukturen in der Organisation sind komplex: Dass alle Mitglieder ehrenamtlich neben dem Beruf in verschiedenen Verbandsgruppen tätig sind, wird noch erschwert durch die Vielfalt der Arbeits- und Wohnorte. Eine statische Website hat eine schnelle Kommunikation unmöglich gemacht und war für die komplexe Verbandsstruktur nicht ausreichend.

Lösung

Die App *DPRG.mobil* bietet die Möglichkeit, alle Mitglieder und Ehrenamtliche zu verbinden. Mit einem verbandsweiten Newskanal werden sie über aktuelle Neuigkeiten informiert. In die für sie relevanten Diskussionsforen können sie jederzeit eintreten und Beiträge schreiben. Die Kalenderfunktion ermöglicht eine schnelle Übersicht über alle geplanten Events. Das Mitgliederverzeichnis und ein weiterer Kanal helfen bei der Suche nach Expert*innen, beim Netzwerken und sollen die Möglichkeit eröffnen, die eigenen Kompetenzen anzubieten.

Ergebnisse

Die Mitglieder der DPRG finden in ihrer App *DPRG.mobil* auf einen Blick alle wichtigen News, Termine, Feedback- und Vernetzungsangebote. Mit wenigen Klicks sind sie auf dem neuesten Stand ihrer Landesgruppe und erleben eine transparente Kommunikation der Arbeitskreise. Die Funktion „Event-Registrierung“ ermöglicht eine schnelle und einfache Bearbeitung des Besuchermanagements. Anhand des Chats können sie sich auch vertraulich austauschen. Gamification-Elemente, z. B. ein Fotowettbewerb während der Urlaubszeit oder ein Adventskalender mit Wissensquiz zur Branche, werden gut angenommen. Einen ausführlicheren Einblick bietet auch ein kurzes Video über die Mitarbeiter-App der DPRG unter staffba.se/DPRG.

Stadt Chemnitz

Erste deutsche Großstadt führt
Mitarbeiter-App ein: Chemnitz
digitalisiert interne Kommunikation



ca. 4.400



Chemnitz,
Deutschland



über 200 Standorte
(Rathäuser, Kindergärten,
Feuerwehr etc.)



Sven Schulze,
Oberbürgermeister
von Chemnitz

“*Viele Beschäftigte unserer Verwaltung haben keinen Büro-Arbeitsplatz. Mit der App können wir endlich nicht nur alle Beschäftigten erreichen. Wir können zugleich viel schneller und direkter als bisher Informationen weitergeben. Das ist für uns ein echter Schritt nach vorn zu einem kulturellen und kommunikativen Wandel.*“



SVC2go

seit August 2019

Herausforderung

Chemnitz ist eine innovative Großstadt und mit rund 250.000 Einwohner*innen die drittgrößte Stadt in Sachsen. Im Jahr 2025 wird Chemnitz Europäische Kulturhauptstadt sein. Die Stadtverwaltung Chemnitz hat über 4.400 Angestellte, die auf verschiedenste Standorte verteilt sind. Nur rund die Hälfte der Bediensteten hat Zugriff zum Intranet. Viele andere erhielten Informationen nur durch eine Übersicht der wichtigsten Intranetmeldungen, die einmal monatlich in Form eines Mitteilungsblattes ausgegangen wurde. Es gab also keinen Kanal, der alle Mitarbeiter*innen der Stadt Chemnitz, von Feuerwehrbeamten über Verwaltungsangestellte bis hin zu Erzieher*innen, erreicht und verbindet.

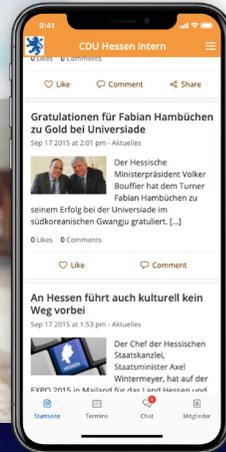
Lösung

Als erste deutsche Großstadt führte Chemnitz im August 2019 eine Mitarbeiter-App ein, die sich alle Angestellte auf ihr eigenes Smartphone herunterladen können: SVC2go. Dort finden sie alle relevanten Informationen für ihren Arbeitsalltag, Dienstanweisungen sowie aktuelle Neuigkeiten aus der Stadtverwaltung und den einzelnen Behörden an einem zentralen Ort. Hinzu kommt eine Chat-Funktion, mit der sich die Mitarbeiter*innen untereinander vernetzen können, und ein digitales Schwarzes Brett, auf dem die Benutzer*innen Fotos posten und kommentieren können. Dadurch gibt es nicht nur Top-Down-Kommunikation, wobei der Informationsfluss vom Arbeitgeber oder dem leitenden Management ausgeht, sondern auch anderweitige Vernetzungsmöglichkeiten über Abteilungs- und Hierarchiegrenzen hinweg. Jeder Mitarbeiter*in wird so eine Stimme gegeben.

Ergebnisse

SVC2go führte zu einer verbesserten Transparenz durch eine People-First-Kommunikationsstrategie: Nach nur einem Monat waren bereits 1.500 Personen registriert – also ca. ein Drittel aller städtischen Angestellten. Vor allem die Mitarbeiter*innen ohne Computerarbeitsplatz werden durch die App einfacher und schneller erreicht. In der SVC2go-App gibt es auch einen öffentlichen Bereich. Dort findet man nach Download der App unter anderem Informationen über die Nominierung zur Kulturhauptstadt 2025, Stellenangebote und weitere Neuigkeiten über Chemnitz. Die ganze Erfolgsstory zum Nachlesen gibt es unter staffba.se/StadtChemnitz.

Die App ist aus dem Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken



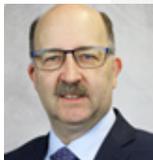
ca. 150 Mitglieder



Wiesbaden,
Deutschland



26 Kreisverbände
in Hessen



Helmut Hehn,
Abteilungsleiter Organisation,
Verwaltung, Wahlkampf

“*Unter den wenigen deutschsprachigen Produkten, die zum Zeitpunkt unserer Recherche auf dem Markt waren, sprach uns Staffbase sofort an, da die Features passten. Wir haben in einem Testbetrieb relativ schnell erkannt, dass der Weg für uns passt. Nun nutzen wir schon fast vier Jahre lang Staffbase und sind immer noch sehr zufrieden.*“



CDUHessen intern seit September 2015

Herausforderung

Die CDU Hessen ist als Landesgeschäftsstelle Dienstleister für die 26 Kreisverbände mit rund 800 Verbänden und knapp 40.000 Mitgliedern. Die Geschäftsstelle ist wie ein kleiner mittelständischer Betrieb aufgebaut mit klassischen Bereichen wie Buchhaltung, Öffentlichkeitsarbeit, Bürgerservice und Events. Gerade während Wahlkämpfen und an Parteitagen, aber auch während des Tagesgeschäfts sind die Mitarbeiter*innen je nach Aufgabengebiet viel unterwegs und fern ihres Schreibtischs tätig. Schon länger bestand der Wunsch, die Belegschaft genau dann schneller und effizienter erreichen zu können. Es wurde nach einer Lösung gesucht, die die CDU Hessen unabhängiger vom Medium E-Mail machen sollte, denn gerade unterwegs auf dem kleinen Smartphone-Bildschirm macht ein Newsletter im PDF-Format keine besondere Lesefreude.

Lösung

Schließlich wurde die Möglichkeit einer Mitarbeiter-App entdeckt. Mit Hilfe eines Pilots wurde relativ schnell erkannt, dass die Lösung von Staffbase geeignet ist. *CDUHessen Intern* ist eine smartphoneoptimierte Kommunikationsplattform, die mit interaktiven Nachrichtenkanälen, der Möglichkeit zur Veranstaltungsregistrierung sowie Push-Benachrichtigung, um die Mitarbeiter*innen jederzeit auf dem Laufenden zu halten, ausgestattet ist.

Ergebnisse

Mit der App erreichte die CDU Hessen eine verbesserte Kommunikation und einen besseren Informationsaustausch unter den Mitarbeiter*innen, die nun alle durch eine einheitliche Plattform verbunden sind. Somit können die täglichen Arbeiten der Landesgeschäftsstelle aber auch zukünftige Wahlkämpfe unterstützt werden. Mitarbeiter*innen wie Kandidat*innen können so schnell und zuverlässig über Serviceangebote und politische Inhalte informiert werden und können Rückmeldungen an die Kreisverbände geben. Die Nachrichten werden zuverlässig übermittelt, was die Akzeptanz der App erhöht. Außerdem haben alle Mitarbeiter*innen die Funktion der Push-Nachrichten eingeschaltet, wodurch eine schnelle Information untereinander über eventuelle Störungen oder wichtige Nachrichten möglich ist. Mehr Informationen gibt es unter staffba.se/CDU.





Alles Wissenswerte rund um Mitarbeiter-Apps

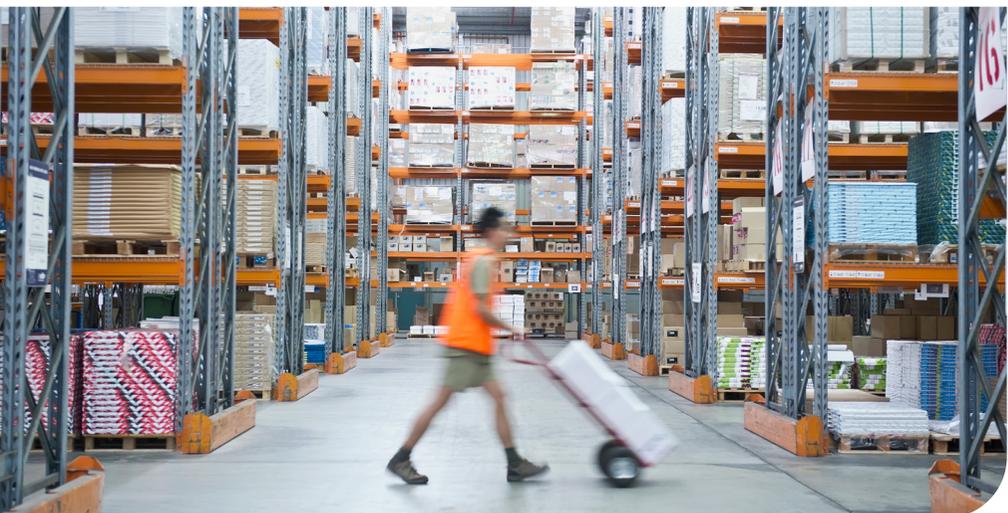
Instrumente für die interne Kommunikation:

Auf die richtige Auswahl kommt es an

Wie so vieles anderes auch wurde die interne Kommunikation in den letzten Jahren auf eine harte Probe gestellt. Die Bilanz bei vielen ist eindeutig: Ohne Digitalisierung der Instrumente geht es in der internen Kommunikation nicht mehr.

Die wichtigsten Instrumente für die interne Kommunikation

Instrumente für die IK sind Tools, Methoden oder Plattformen, mit denen die Ziele der internen Kommunikation erreicht werden sollen. Das heißt, jegliche Mittel, anhand derer mit Mitarbeiter*innen kommuniziert werden kann und mit denen auch die Belegschaft untereinander kommunizieren kann, sind die Instrumente. Sie werden oft auch Kanäle genannt.





Eine der größten Herausforderungen für interne Kommunikator*innen ist die Auswahl und Einführung neuer Tools. Das bestätigt auch die [Benchmarking Studie digitale Mitarbeiterkommunikation der Universität Leipzig](#). Das ist natürlich nicht verwunderlich. Letztendlich hängen viele Faktoren vom Erfolg der gewählten Instrumente ab: Vom eigentlichen Erreichen der Mitarbeiter*innen bis hin zu einer positiven Employee Experience.

Orientierung für geeignete interne Kommunikationsinstrumente kann man sich natürlich immer auch durch breit angelegte Studien unter Kommunikationsexpert*innen holen. Letztendlich triffst du die richtige Auswahl aber nur, wenn du alle Kriterien und Anforderungen auf die spezifische Kommunikationslandschaft deines Unternehmens prüfst.

Darüber hinaus hat natürlich auch in der Nutzung interner Kommunikationsinstrumente die weltweite Corona-Krise einiges geändert. Nicht nur, weil plötzlich viel mehr Menschen im Homeoffice erreicht werden mussten, sondern weil Unternehmen auch gemerkt haben, dass sie vor allem ihre Mitarbeiter*innen unterwegs, die nicht in einem Büro oder Homeoffice arbeiten, nicht mit wichtigen Informationen erreichen können.

Wie wählt man die richtigen Instrumente für die eigene interne Kommunikation aus?

Für die Auswahl der richtigen internen Kommunikationsinstrumente sind einige wichtige Schritte notwendig, die du unbedingt gehen solltest. So vermeidest du Fehlinvestitionen und verschwendete Ressourcen.

Nutze unsere Vorlage für deine Kommunikationsstrategie auf der nächsten Seite.

Vorlage für deine Kommunikationsstrategie

Die folgende Liste zeigt dir, welche Punkte du beim Erstellen einer Kommunikationsstrategie beachten solltest. Die Fragen und Beispiele funktionieren wie eine Checkliste, so gerät nichts in Vergessenheit! Unsere Empfehlung: Die Inhalte erarbeitet ihr am besten im Team. Weitere Hinweise zum Erstellen eines Konzepts findest du auf den folgenden Seiten.

Stakeholder

Liste der wichtigsten Interessenvertreter*innen, die einbezogen werden müssen. Wie unterscheiden sich ihre Bedürfnisse? Wer kann einen Beitrag leisten?

Beispiel: *tägliche oder wöchentliche Abstimmungen zwischen Kommunikation, HR, Gesundheitsmanagement, Betriebsrat und Management für schnelle Entscheidungsfindung und schnelle Lernzyklen*

Kommunikationsteam

Welche Ressourcen braucht das Kommunikationsteam? Erweiterung durch externe Hilfe und lokale Inhalts-Owner*innen?

Beispiel: *Lokale Autorengruppen stärken, da Regeln evtl. regional sehr unterschiedlich sind.*

Aktivitäten

Welche Aktivitäten und Kampagnen stehen im Zentrum? Was sollte gestoppt werden?

Beispiel: *wöchentliches Statusbriefing, Fragen an den CEO, Dankeschön-Kanal, schneller Feedbackkanal für Gesundheits- und Sicherheitsfrage*

Zielgruppen + Personas

Wichtige Zielgruppen: Wie unterscheiden sich ihre Bedürfnisse? Welche Momente sind für sie wichtig?

Beispiel: *Fabrikarbeiter*innen brauchen volles Verständnis für Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen, sie brauchen eine einfache Möglichkeit, Fragen zu stellen und Vorschläge zur Verbesserung der Verfahren an ihrem Arbeitsplatz zu machen. Ein wichtiger Moment wird die erste Rückkehr an ihren Arbeitsplatz nach der Sperrung sein.*

Andere Segmente: *Mitarbeiter*innen im Homeoffice, Außendienst, Mitarbeiter*innen in Hochrisikobereichen (z. B. Gesundheitswesen)*



Kommunikationsziele

Was sind die Hauptziele der internen Kommunikationsaktivitäten? Was sollen die Mitarbeiter*innen anders tun/sagen/fühlen?

Beispiel: *aktuelle Situation und Planung ist komplett transparent*

*Mitarbeiter*innen fühlen sich in ihrer Arbeitsumgebung sicher.*

Leitlinien zu sich ändernden Verantwortlichkeiten und Richtlinien

Stärkung der Kultur und gemeinsamer Ziele trotz Distanz und Homeoffice

Fake News stoppen

Budget

Wie sieht deine Kommunikationskostenstruktur aus? Welche Änderungen des Budgets sind erforderlich und warum?

Beispiel: *Einsparung von Budget für unkritische Aktivitäten, schnellere Außerbetriebnahme ineffizienter und langsamer Kommunikationskanäle, schnellere Einführung neuer digitaler Kanäle.*

Kernbotschaften

Was sind die wichtigsten Botschaften für alle Mitarbeiter*innen? Was ist spezifisch für einzelne Segmente und Personen?

Beispiel: *Wie überwinden wir als Organisation diese Krise und was sind die wichtigsten Prioritäten im Moment?*

Kommunikationskanäle

Welche Kanäle werden zur Kommunikation mit welchen Zielpersonen genutzt? Wie könnten die Kanäle verbessert werden, um die Kommunikationsziele zu unterstützen?

Beispiel: *Intranet, Mitarbeiter-App, Screens, etc.*

Ergebnisse messen

Wie definierst du Erfolg? Was sind Output- und Outcome-Kennzahlen?

Beispiel: *Output (regelmäßige Aktualisierungen des CEO-Status), Ergebnis (Pulsumfrage zeigt starkes Vertrauen in die Führung, geringe Anzahl von Gesundheits- und Sicherheitsbedenken).*

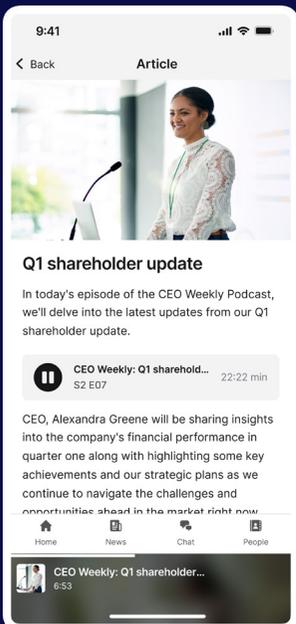
1. Anforderungen festlegen

Fast unglaublich, aber wahr: Nur fast ein Drittel der Kommunikator*innen haben tatsächlich ein schriftlich festgelegtes Konzept für die interne Kommunikation.¹ Für die Wahl interner Kommunikationsinstrumente ist es jedoch nötig, denn nur so kannst du die wichtigsten Auswahlkriterien überhaupt identifizieren.

Selbst wenn bereits ein Konzept besteht, dann sollten Kommunikationsteams dieses als Art Transformationsprojekt noch einmal überarbeiten und auf aktuelle Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens anpassen. Für eine schnellere Erstellung oder Änderung eines Konzepts bzw. einer übergreifenden Strategie der IK haben wir ein Template erstellt, das dir dabei helfen soll, alle wichtigen Anforderungen und Ziele zu bestimmen. Kommunikationskanäle oder Instrumente sind ein wichtiger Teil davon.

Die Zielgruppen und was sie benötigen sind zentrale Punkte der Strategie. Erst wenn du genau weißt, welche Gruppen und Personas du mit welchen Kernbotschaften ansprechen willst, ist die Planung der richtigen Instrumente möglich.

1. Internal Communications Monitor 2020: Ein Blick auf den Status quo in Europa



Weitere wichtige Punkte sind die eigenen Ressourcen, die Stakeholder und die wichtigsten Aktivitäten. Letztendlich kommt alles zusammen und bildet die eigentlichen Ziele ab. Die Punkte Budget und Ergebnisse messen sind zahlengetrieben. Auf Basis dieses Templates sollten sich dein Team und alle Stakeholder jeweils die einzelnen Bereiche anschauen und Antworten auf die dazugehörigen Fragen suchen, um eine übergreifende Strategie aufzubauen und damit auch alle Anforderungen an Kommunikationsinstrumente zusammentragen zu können.

2. Auswahlkriterien festlegen

Auf Basis deiner Anforderungen und Ziele solltest du nun die Kriterien betrachten, anhand derer du die Instrumente schließlich auswählst. Das Setzen von Prioritäten hilft außerdem dabei, sich schließlich für die wirkungsvollsten Instrumente zu entscheiden. Wir haben bereits in einem früheren Artikel einige Merkmale für gute interne Kommunikationskanäle diskutiert. Diesen haben wir jedoch in einer Zeit erstellt, in der an eine weltweite Pandemie noch gar nicht zu denken war. Mittlerweile müssen viele Unternehmen ihre Kommunikationskanäle schlichtweg neu überdenken, um den anhaltenden Veränderungen gerecht zu werden. Welche Kriterien sind also gleich geblieben, welche sind überholt und welche sind neu hinzugekommen. Folgende Checkliste soll einen Überblick geben:



Reichweite und Barrierefreiheit:

Definitiv noch immer eine der wichtigsten Kriterien und in Notwendigkeit sogar noch gestiegen. Immer mehr Menschen arbeiten regelmäßig aus dem Homeoffice heraus und müssen nun auch ohne die Kultur eines eigenen Büros eingebunden und motiviert werden. Alle Mitarbeiter*innen, die nicht ins Homeoffice können, sondern weiterhin an ihrem üblichen Arbeitsplatz sind, müssen jetzt noch besser mit aktuellsten Neuigkeiten und vor allem Sicherheitsmaßnahmen erreicht werden. Die Reichweite deiner Kanäle ist ein klares Maß für effektive Kommunikation.

Aktualität und Schnelligkeit:

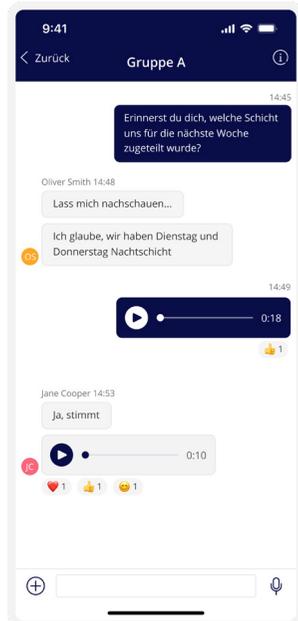
Dieses Kriterium war schon immer einer der entscheidendsten Faktoren für die Digitalisierung in der internen Kommunikation. Dennoch hat dieser Punkt noch nie so viel Aufmerksamkeit und Zustimmung erhalten wie seit dem Beginn der Corona-Krise. Egal für welche Instrumente du dich letztendlich entscheidest, mindestens eines davon MUSS wichtige Nachrichten, Updates und Anweisungen innerhalb von Minuten statt Stunden oder Tagen oder gar Wochen liefern. Deshalb haben wir Aktualität auch um Schnelligkeit ergänzt. Diese Anforderung ist noch nie so wichtig gewesen wie jetzt. Und tatsächlich wollen 63 Prozent der Menschen zumindest täglich von ihrem Arbeitgeber informiert werden, 20 Prozent davon sogar mehrmals täglich. Aktualität sollte also eines der wichtigsten Kriterien für die Auswahl der



Kommunikationsinstrumente sein. E-Mails, Intranets und Apps bringen hier die besten Voraussetzungen mit. Jedoch solltest du Aktualität auch immer mit Reichweite verknüpfen. Nicht alle Mitarbeiter*innen haben beispielsweise eine Firmen-E-Mail-Adresse oder Zugang zum Intranet.

Interaktion und Feedback:

Mittlerweile eine der wichtigsten Kriterien für die Instrumentenauswahl, denn immer mehr hängt es auch von Zahlen und greifbaren Ergebnissen ab, wie interne Kommunikation im Unternehmen wahrgenommen wird. Willst du belegen können, wie viele Mitarbeiter*innen die wichtige Botschaft der Geschäftsführung wirklich gelesen haben? Wie stellst du sicher, dass ein Großteil der Belegschaft die wichtigen Sicherheitsrichtlinien auch wirklich wahrgenommen hat? Und ist es wichtig für ein Instrument der internen Kommunikation, dass du genau analysieren kannst, welche Inhalte gut ankommen, wo Feedback gegeben wird und ob sich Mitarbeiter*innen gut informiert fühlen? Verschiedene Kommunikationskennzahlen zu messen ist mit vielen Instrumenten bereits möglich. Auch hier bringen digitale Instrumente natürlich wieder klar Vorteile mit. Die Benchmarking Studie zu digitaler Mitarbeiterkommunikation der Universität Leipzig zeigt deutlich, dass exzellente Organisationen, als Unternehmen mit herausragendem Einfluss und exzellenter Performance der Kommunikationsfunktion, professioneller, vielschichtiger und vor allem datengetriebener evaluieren als Unternehmen mit durchschnittlicher Kommunikationsfunktion.

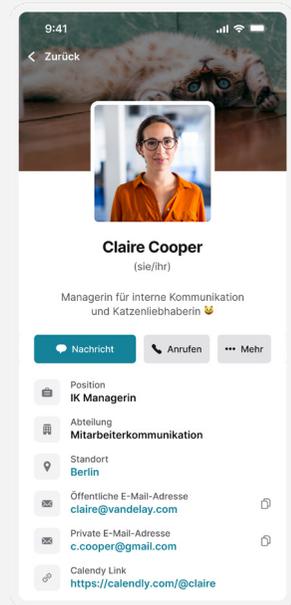


3. Auswahl treffen:

Basierend auf den Kriterien, die für dich besonders wichtig sind, kannst du nun eine viel bessere Auswahl treffen.

4. Nutzung und Erfolge messen:

Unbedingt notwendig, um die Investitionen in das neue Instrument auch belegen oder, wenn notwendig, Anpassungen vornehmen zu können.



Fazit:

Warum die richtigen Instrumente so wichtig sind

Ganz abgesehen von den offensichtlichen Vorteilen, die richtigen Kommunikationsinstrumente zu etablieren (du erreichst alle mit wichtigen Informationen zur richtigen Zeit), geht es vor allem auch darum, dass Mitarbeiter*innen die Instrumente auch wirklich NUTZEN. Das wird nur funktionieren, wenn sie genau auf deren Bedürfnisse abgestimmt und vor allem einfach und gut nutzbar sind. Oft sind es Instrumente, die denen aus dem Privatleben ähnlich sind, die die höchste Akzeptanz haben. Neben der Auswahl und Einführung neuer Instrumente und Kanäle sehen interne Kommunikator*innen das unterschiedliche Nutzungsverhalten der Mitarbeiter*innen als eine der größten Herausforderungen. Deshalb ist es umso wichtiger, bei der Planung neuer Instrumente unbedingt die verschiedenen Zielgruppen im Unternehmen zu analysieren.



Staffbase im Vergleich: Was unabhängige Berater zu unserer Mitarbeiter-App sagen

Nach ausführlicher Untersuchung von mehr als 20 Software-Anbietern für Mitarbeiterkommunikation hat die unabhängige Beratungsagentur **Clearbox Consulting** ihren jährlichen Marktbericht über Mitarbeiter-Apps veröffentlicht. Tolle Neuigkeiten: **Staffbase wurde als einer der führenden Anbieter ausgezeichnet!**

Der Bericht

Der Employee-Apps-Report von Clearbox richtet sich an Unternehmen, die sich über mögliche Anbieter für ihre Mitarbeiter-App informieren und letztendlich daraus die beste Lösung für ihr Unternehmen wählen möchten. Der mehr als 400 Seiten lange Bericht gibt einen umfassenden Überblick über mehr als 20 verschiedene Anbieter und beinhaltet Bewertungen der wichtigsten Produktmerkmale sowie nützliche Ratschläge für die Wahl der richtigen Lösung.

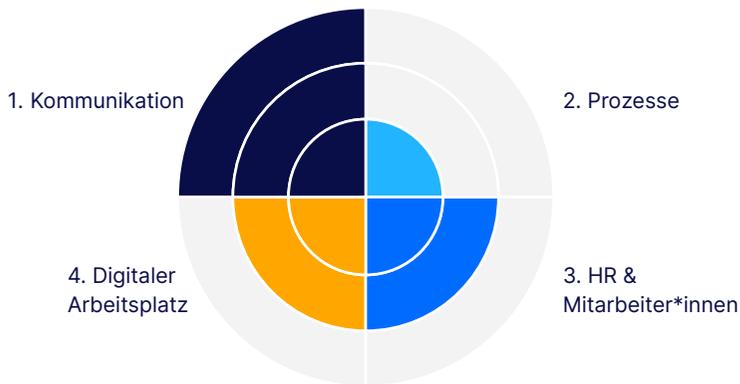


In einer kurzen Beschreibung von Staffbase schreibt Clearbox:

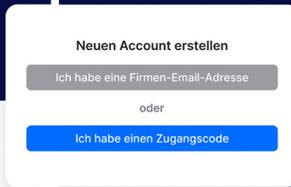
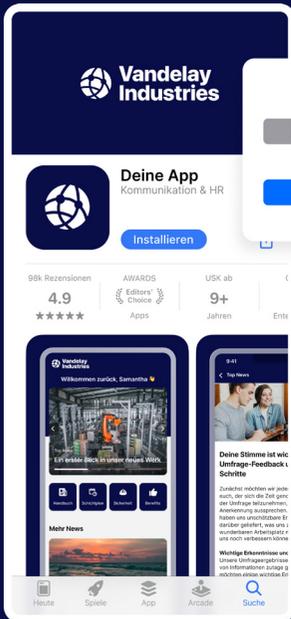
“ Die Staffbase Mitarbeiter-App ist eine erstklassige mobile App, die auch gut für Mitarbeiter*innen am Schreibtisch geeignet ist. Sie bietet starke Kommunikations- und Content-Management-Funktionen, die sie für einige Organisationen ebenso zu einer passenden Intranet-Lösung macht – insbesondere dort, wo Mobile First wichtig ist.“



Clearbox verdeutlicht, dass die Entscheidung eines Unternehmens für eine Mitarbeiter-App „nicht nur eine Möglichkeit ist, zentralisiert Nachrichten an alle Kolleg*innen zu versenden“, sondern vor allem auch von großer Bedeutung für die Unternehmensstrategie ist. Die einzelnen Produkte wurden sowohl anhand ihrer Hauptmerkmale, als auch nach ihrem Fokus auf die folgenden Kernbereiche positioniert:



Dabei wurde die Staffbase Mitarbeiter-App als eine der vielseitigsten Lösungen für Organisationen eingestuft. Organisationen, die Staffbase als Anbieter wählen, können zuversichtlich sein, dass sie ihre App als grundlegendes Instrument zur Unterstützung der Unternehmensstrategie einsetzen können.



“ Das Feedback der Kund*innen über die Staffbase App und das Unternehmen an sich ist überaus positiv. Die Kund*innen betonen die Nutzerfreundlichkeit der Plattform, sowohl aus Sicht der Mitarbeiter*innen als auch aus Sicht der Verwaltung.“

Hoch bewertet in mehreren Kategorien

Immer häufiger werden Mitarbeiter-Apps mittlerweile als Strategie gesehen, um endlich die gläserne Decke zu durchbrechen. Sie helfen internen Kommunikator*innen, den Wert ihrer Arbeit zu beweisen und schließlich Veränderungsprozesse und sogar die Unternehmensvision mitzugestalten. Der Clearbox-Bericht nennt eine Reihe von Kategorien, in denen Staffbase besonders gut ist, sowohl für Kommunikationsteams, die die Plattform verwalten, als auch für die Mitarbeiter*innen, die sie nutzen. Staffbase zeichnete sich in den folgenden Bereichen aus:

Nutzungserfahrung

Clearbox beschreibt die Nutzererfahrung von Staffbase als hervorragend und äußerst intuitiv. Dabei heben sie den unkomplizierten Zugang zur App für die Mitarbeiter*innen durch verschiedene Registrierungsmöglichkeiten hervor. Darunter sind das Herunterladen der App über App Stores, Zugangscodes, QR-Codes und mehr.



“ *Staffbase bietet umfassende Unterstützung für die Kommunikation mit und zwischen Mitarbeiter*innen an, mit leistungsstarken Funktionen für das Bearbeiten von Nachrichten, die Verwaltung von Inhalten sowie sozialen Kanälen und Mitarbeiter-Chats.* ”

Unternehmenskommunikation

Die Unternehmensnachrichten sind das Herzstück unserer Plattform und bei weitem der wichtigste Anwendungsfall für unsere Kund*innen. Clearbox schätzt es, dass Inhalte auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet und in mehreren Sprachen erstellt werden können. Sie erwähnen Video-, Audio- und Bildergalerien als Funktionen, die allen Mitarbeiter*innen eine moderne Kommunikationserfahrung bieten. Als besondere Stärke wird auch die Möglichkeit genannt, Benachrichtigungen an die Mitarbeiter*innen zu senden und eine Lesebestätigung für diese einfordern zu können.

Besser als die Konkurrenz

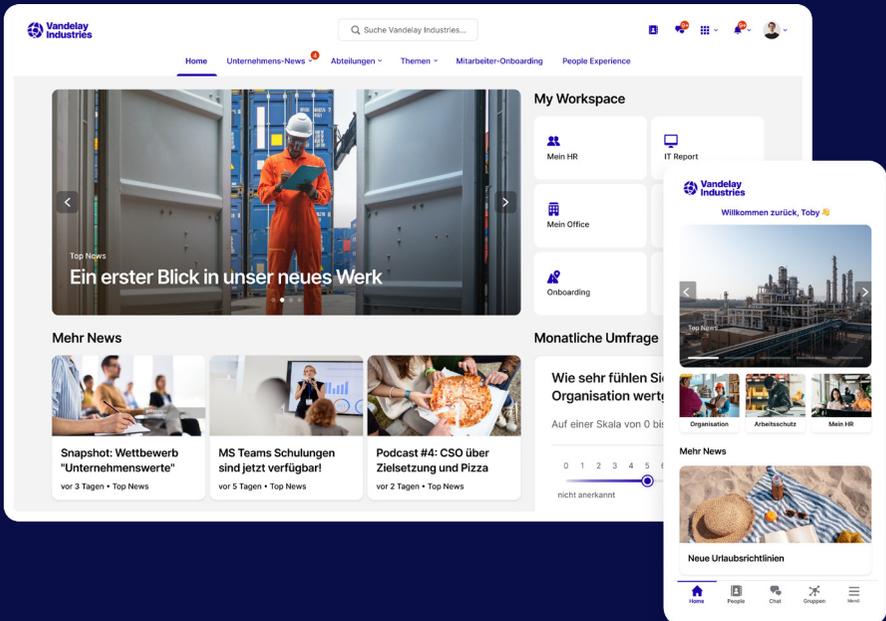
Wer sich mit dem Kauf einer Mitarbeiter-App beschäftigen möchte, kann von den umfassenden Vergleichsinformationen im Clearbox Employee Apps Reports profitieren. Clearbox weist auf einige Vorteile von Staffbase im Vergleich zur Konkurrenz hin, darunter zählen:

Erstklassige Nutzungserfahrung auf Desktop und mobilen Geräten

Damit Kommunikationsteams wirklich effizienter arbeiten und weitreichende Veränderungen in ihren Unternehmen herbeiführen können, muss ihre Plattform für die *gesamte* Belegschaft geeignet sein.

Clearbox merkt an, dass eine der besonderen Stärken von Staffbase die Fähigkeit ist, nicht nur den Mitarbeiter*innen, die unterwegs sind und nicht am Schreibtisch arbeiten, ein erstklassiges Kommunikationserlebnis zu bieten, sondern dasselbe auch für Desktop-Mitarbeiter*innen schafft.

“Eine der großen Stärken von Staffbase ist die Möglichkeit, über so ziemlich jedes Gerät auf Inhalte zuzugreifen. Eine durchgehend gute Erfahrung mit Mobil- und Desktopgeräten bedeutet auch, dass die Mitarbeiter*innen bequem zwischen den beiden Formen des Zugriffs wechseln können.“



Automatische und hochgradig individuelle Kommunikation

Die Erwartungen an eine zeitnahe, persönliche und authentische Kommunikation zu erfüllen, ist für Kommunikationsteams mit großen und verteilten Belegschaften nicht einfach. Clearbox hebt die Lösung von Staffbase für dieses Problem hervor: Staffbase Journeys. Das sagt Clearbox über Staffbase Journeys.

Die Nutzung von Zeit als auslösender Faktor ist eine Innovation, die neue Möglichkeiten sowohl für Kommunikations- als auch für HR-Teams eröffnet.

“*Es ist eine Art Workflow für Gruppen von Mitarbeiter*innen, der zu verschiedenen Zeiten Ereignisse und Aufgaben auslösen kann. Ein Beispiel wäre, dass eine neue Mitarbeiter*in ermutigt wird, die Inhalte der Plattform zu erkunden und ihr eigenes Profil zu aktualisieren.*“

Wiederholt ausgezeichnet

Auch in den Jahren 2023 und 2024 veröffentlichte Clearbox einen Anbietervergleich – nun unter dem Titel „Intranet and Employee Experience Platforms“. Bewertet wurden nicht mehr nur mobile Mitarbeiter-Apps, sondern unterschiedliche Tools für die Mitarbeiterkommunikation (z. B. Intranets oder SharePoint-Lösungen) und Anbieter mit einem Plattformansatz. Und erneut konnte Staffbase überzeugen.



Als weltweit einziger Anbieter erhielt Staffbase 2023 in fünf von acht Kategorien eine herausragende Bewertung: UX und Appeal, Mobile und Frontline-Unterstützung, Interne Kommunikation, Admin und Governance, sowie Analytics.

Diesen Erfolg konnte Staffbase im darauffolgenden Jahr bestätigen – das zeigt die Auszeichnung als „Leading Product“ im Vergleich mit 33 anderen Anbietern und Produkten. Der insgesamt 862 Seiten umfassende Bericht ist ein hervorragender Leitfaden für alle, die auf der Suche nach neuen Intranet- und Mitarbeiter-App-Lösungen sind.

Was muss bei der Einführung einer Mitarbeiter-App beachtet werden?

Mitarbeiter*innen ins Boot holen

Eine App für Mitarbeiter*innen muss deren Bedürfnisse widerspiegeln. Bindet man sie während der Konzeptionsphase des Projekts ein, wird die App von vornherein an die Anforderungen angepasst. Die Mitarbeiter*innen werden zu Mitentscheider*innen im Entwicklungsprozess und fühlen sich von Anfang an mit der App verbunden.

Das Projektteam sollte sich mit Kolleg*innen aus den verschiedensten Zielgruppen zusammensetzen und Klartext reden:



Das ist unser Ziel, das sind unsere Werte, das ist die Art von Kultur, die unser Unternehmen ausmacht. Hilf uns zu verstehen, wie eine App dabei helfen kann, diese Kultur zu leben.“

Dieser Schritt ist ausschlaggebend für die weitere Entwicklung des ganzen Projekts. Die Verantwortung wird von Beginn an auf mehrere Schultern verteilt und öffnet gleichzeitig Perspektiven für die nutzerorientierte Weiterentwicklung der App.

Lust auf die App machen

Auch die Wartezeit bis zum offiziellen Kick-off der App lässt sich einfallsreich und kreativ gestalten. Alle Neuigkeiten zum Entwicklungsstand der App sollten einem roten Faden folgen, an dem sich auch Werbemaßnahmen geschickt ausrichten lassen. Wie wäre es mit Onboarding-Events, bei denen die App erklärt wird und Goodies mit App-Logo verteilt werden? Die Vorteile der App sollten in das richtige Licht gerückt und der Mehrwert der Nutzung eindeutig vermittelt werden. Vielleicht sogar mit einem Video?



Ausdauer beweisen und die App wachsen lassen

Eine Mitarbeiter-App kann flexibel mit einem Unternehmen und dessen Anforderungen mitwachsen. Mit der Zeit können entweder bestehende Plug-ins angepasst, ausgetauscht oder ganz individuelle Lösungen erarbeitet werden. So bleibt die Plattform lebendig und schafft einen bleibenden Mehrwert. Dazu gehört natürlich auch ein weiterhin enger Austausch mit der Belegschaft über mögliche Veränderungen in der App. Eine App ist das Mittel, um den direkten Draht zu allen Mitarbeiter*innen aufrecht zu erhalten. Ein erfolgreich gestaltetes App-Erlebnis ermöglicht den Nutzer*innen, viele relevante Arbeitsprozesse mit geringem Aufwand durchzuführen, egal, wo sie sich gerade befinden.



“**Relevanz bedeutet für eine Mitarbeiter*in in erster Linie, Antworten auf die Fragen ‚Was betrifft mich?‘ und ‚Was passiert um mich herum?‘ zu erhalten. Wer dieses dezentrale Informationsbedürfnis erfüllt, der wird auch Interesse und Aufmerksamkeit für Inhalte aus der Unternehmenszentrale schaffen.“**

Aus unserer Fallstudie: Die SRH erhöht mit mobilem Intranet von Staffbase die Reichweite der internen Kommunikation.

So kann die Einführung der eigenen App ablaufen:

4.-5. Monat

Strategische Vorbereitung

Strategieentwicklung

Logo-Kreation

rechtliche Notwendigkeiten und Dokumente klären
sowie aufsetzen

Pilot aufsetzen

Pilotuser*innen und Editor*innen aussuchen
und benennen

Nutzergruppen anlegen

Kanäle anlegen

Kick-Off-Meeting mit internen Meinungsbildner*innen
und ausgewählten Pilotuser*innen

Erste (statische) Inhalte anlegen oder migrieren

Staffbase
übermittelt
die App an die
App-Stores

1.-3. Monat

Auswahl des Tools

Staffbase stellt
Produktivsystem bereit

6. Monat

Pilot

Rollout der App für Pilotuser*innen
(wenige Mitarbeiter*innen aus
verschiedenen Bereichen)

Einladung mit individuellem
Zugangscode via E-mail
(falls Firmen-E-Mail vorhanden)
oder via Brief
(für Produktionsmitarbeiter*innen)

Testen der verschiedenen Kanäle

Feedbackrunde mit Pilotuser*innen



8. Monat

Launch

Interner Tag 1 für die neue Mitarbeiter-App:
Rollout der App an alle Schreibtisch-Mitarbeiter*innen

seit 9. Monat

Optimierung

laufendes Aufsetzen von lokalen Standort-Kanälen und regionalen Kanälen

laufende Anpassung der App an stetig neu auftretende Bedürfnisse

laufende Einbindung von Formularen und Abfragen

Ausbau der App als Digital Workplace

laufende Einladung neuer Mitarbeiter*innen

*darauffolgende
 2-3 Wochen*

Einladung aller Produktionsmitarbeiter*innen (weltweit) via Serienbriefen an alle Standorte mit persönlichen Login-Codes

Jährlich im Dezember Adventskalender-Gewinnspiel

Mögliche Kennzahlen nach 4 Monaten mit der eigenen Mitarbeiter-App

40 % Nutzer*innen in der App

70 % aktive Nutzer*innen

Datenschutz und Betriebsrat: Darauf musst du achten

Sicherheitsaudits durch Dritte: Anbieter sollten eine Zertifizierung, z. B. nach ISO 27001 oder SOC 2, durch vertrauenswürdige internationale Auditoren vorweisen können.

Zertifiziertes, sicheres Hosting: Das Hosting der Daten sollte immer über einen zertifizierten, sicheren Server erfolgen.

Ausgewogene Datensicherheit

Für Datenschutz und Datenweitergaberegeln werden die Daten in den meisten Unternehmen als vertraulich oder streng vertraulich, intern oder extern eingestuft. Mitarbeiter-Apps sollten ausschließlich für interne und externe Daten verwendet werden. Im Gesundheitsbereich steht zum Beispiel fest, dass Patientendaten nichts in einer Mitarbeiter-App zu suchen haben, da sie als vertraulich eingestuft werden. Unternehmen, die erfolgreich Mitarbeiter-Apps implementieren, legen frühzeitig fest, welche Daten über die App geteilt werden. So vermeiden sie etwaige Unklarheiten, die zu Sicherheitsverstößen führen können.





Sichere Login- und Onboarding-Methoden

Für eine umfangreiche Plattformsicherheit sind vor allem die Login- und Onboarding-Methoden von entscheidender Bedeutung. Alle öffentlich zugänglichen Informationen, die mit Kund*innen, Geschäftspartner*innen und Interessent*innen geteilt werden können, befinden sich im öffentlichen Bereich der App. Dieser kann direkt für externe Zielgruppen angepasst werden. Alle Mitarbeiter*innen eines Unternehmens sind berechnigte Nutzer*innen, die über verschiedene Login-Methoden Zugang zum internen Bereich der App erhalten (z. B. personalisierte E-Mails, Ausgabe von Zugangscodes oder Integration bestehender Verzeichnisse). Damit wird die Identität der Nutzer*in während der Registrierung überprüft. Eine ordnungsgemäße Nutzung wird durch eine erforderliche Bestätigung der Datenschutzbestimmungen sowie eine Erklärung der App auf der Startseite sichergestellt.

Reichweite

Extern
(Pressemitteilung)

Intern
(News, Schichtplan)

Schutzbedarf

Vertraulich
(Gehalt)

Streng Vertraulich
(Patente, M&A)

Was sagt der Betriebsrat dazu?

Vorteile aus Sicht des Betriebsrates

Gleichberechtigung

- | Alle haben Zugriff auf Informationen
- | Einfache Bedienung/Barrierefreiheit

Transparenz

- | Aktuelle Informationen
- | Zugang zu Services

Teilhabe

- | Einfache Möglichkeiten für Feedback
- | Umfragen, Ideen, Wissensaustausch

Häufige Fragen des Betriebsrates

Wird Verhalten oder Leistung der Nutzer*in überwacht?

Nein! Die Plattform sollte diese Möglichkeiten gar nicht erst bieten.

Wie läuft die Abgrenzung von Arbeit und Freizeit?

Unbedingt festlegen! Regelungen für Push-Benachrichtigungen sollten getroffen werden.

Tipps für die Arbeit mit dem Betriebsrat

Betriebsrat früh einbeziehen

- | Schulungen anbieten
- | Admin-Rechte vergeben

Betriebsvereinbarung

- | z. B. zu Push-Benachrichtigungen
- | Zwischen Unternehmen und Betriebsrat

Nutzungsvereinbarung

- | z. B. Vereinbarung zu Arbeitszeit und Freizeit
- | Zwischen Unternehmen und Mitarbeiter*innen



BYOD: Warum Mitarbeiter*innen ihre eigenen Geräte nutzen sollten

„Bring Your Own Device“ (BYOD) bedeutet, dass Mitarbeiter*innen einer Organisation ihre persönlichen mobilen Geräte für Arbeitszwecke nutzen dürfen. Dazu gehören Mobiltelefone, Laptops und Tablets.

Warum wird dieser Trend immer relevanter?

Mobile Kommunikation hat sich in den letzten Jahren in unserem Privatleben als unverzichtbar erwiesen und der Trend überträgt sich nun auch auf das Arbeitsumfeld. Mehr als die Hälfte (59 Prozent) der US-Unternehmen haben dies bereits erkannt und erlauben es ihren Mitarbeiter*innen, private Geräte auch für die Arbeit zu nutzen. Zusätzliche 13 Prozent der Unternehmen planen, den BYOD-Ansatz in den nächsten zwölf Monaten ebenfalls einzuführen.

Diese Unternehmen profitieren besonders vom BYOD-Ansatz

Besonders für Produktions- und Fertigungsunternehmen, die eine enorm hohe Anzahl von Non-Desk-Mitarbeiter*innen aufweisen, ist die Diskussion um den BYOD-Ansatz relevant. Mitarbeiter*innen die Möglichkeit zu eröffnen, ihre privaten Mobilgeräte zu nutzen, ist das Sprungbrett für eine lückenlose Kommunikation – für diejenigen am Schreibtisch und vor allem für jene Mitarbeiter*innen ohne Computerarbeitsplatz.



Hier sind 5 Gründe, warum auch du den BYOD-Ansatz wählen solltest:

1. Führende Unternehmen zeigen, dass es funktioniert

Mehr als die Hälfte der heutigen leistungsstarken und kundenorientierten Top-Unternehmen folgen dem BYOD-Ansatz und erlauben bereits die Nutzung persönlicher Mobilgeräte bei der Arbeit. Laut dem weltweit führenden Software-Hersteller Microsoft benutzen schon jetzt 67 Prozent der Arbeitnehmer*innen ihre mobilen Geräte am Arbeitsplatz.



2. Endlich werden auch Non-Desk-Mitarbeiter*innen erreicht

Für Non-Desk-Mitarbeiter*innen und Freelancer*innen gibt es nur begrenzte Möglichkeiten, mit ihrem Unternehmen in Verbindung zu treten und zu bleiben. Sie sind nicht mit PC-Arbeitsplätzen, E-Mail-Adressen oder Telefonen ausgestattet und fühlen sich dadurch oft schlecht informiert. Mit dem BYOD-Ansatz kannst du alle Mitarbeiter*innen erreichen – unabhängig davon, wo sie sich gerade befinden. Und das auf einem Gerät, das deine Mitarbeiter*innen täglich in der Tasche mit sich führen.

3. Studien zeigen: Mitarbeiter*innen mit eigenen Geräten sind produktiver

Laut einer Studie von BT Global Services sagen 42 Prozent¹ der Mitarbeiter*innen, dass sie produktiver sind, wenn sie ihr eigenes Smartphone benutzen können. Außerdem glauben 82 Prozent der Arbeitnehmer*innen, dass Smartphones eine zentrale Rolle für ihre Produktivität spielen. Und das hat einen guten Grund: Durch BYOD muss nämlich weitaus weniger Zeit in die Ausbildung investiert werden. Mitarbeiter*innen sind bereits mit ihren eigenen Geräten vertraut, was zu einem reduzierten Zeitaufwand für die Erfüllung von Aufgaben führt.

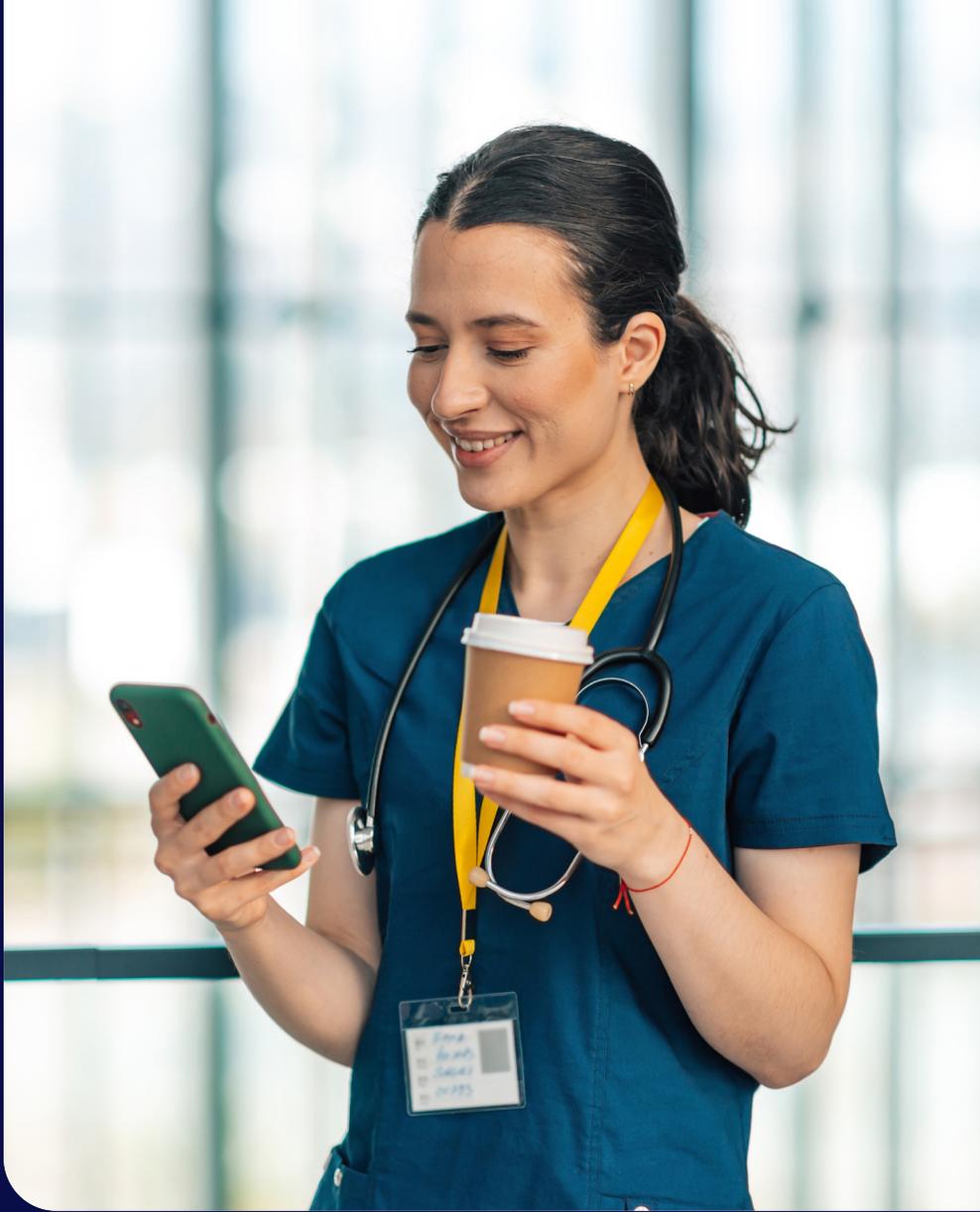
4. Motivation der Mitarbeiter*innen wird gefördert

78 Prozent der Angestellten glauben, dass BYOD ihnen hilft, eine ausgeglichene Work-Life-Balance herzustellen. Sie fühlen sich wesentlich flexibler und können zum Beispiel auf dienstlichen Reisen viel schneller auf wichtige Informationen zugreifen. Das bedeutet gleichzeitig, dass die Mitarbeiter*innen mit dem BYOD-Ansatz einen gewissen Kompromiss eingehen: Sie bekommen mehr Informationen, die ihnen helfen, ihre Arbeit zu erledigen und die auf einem vertrauten Kanal verfügbar sind. Das Privatleben wird sich allerdings ab und an mit der Arbeit überschneiden. Das ist ein Kompromiss, den viele Arbeitnehmer*innen gerne akzeptieren, wenn klare Leitlinien geschaffen wurden, die darauf abzielen, Eingriffe ins Privatleben zu minimieren.

Vertrauen steigert die Mitarbeiterzufriedenheit

Der BYOD-Ansatz trägt seinen Teil zur Flexibilität am Arbeitsplatz bei, die vor allem bei Millennials als einer der Schlüsselfaktoren für die Zufriedenheit bei der Arbeit zählt. Durch das Vertrauen, welches das Unternehmen seinen Mitarbeiter*innen mit BYOD entgegenbringt, wird die Zufriedenheit und Produktivität gefördert. Mitarbeiter*innen, die autonom über die eingesetzten Kommunikationswerkzeuge entscheiden können, sind außerdem weniger krank und wechseln seltener das Unternehmen.

¹ <https://www.forbes.com/sites/centurylink/2013/04/26/byod-employees-bring-their-own-efficiency-to-work/?sh=696799b5548c>, 2013



1. Datensicherheit

Garantiere Vertraulichkeit und Schutz im Umgang mit unternehmensinternen Daten.

Umsetzung: Binde den Betriebsrat und die IT ein, um sicherzustellen, dass die internen Anforderungen erfüllt werden.

Zentrale Frage: Wo werden sensible Daten gehostet und gespeichert?

2. Digitalisierungsstand

Digitalisierung ist schon lange ein Thema. Du fängst wahrscheinlich nicht bei Null an.

Umsetzung: Analysiere die bisherigen digitalen Maßnahmen und wie du davon profitieren kannst.

Zentrale Frage: Gibt es vorhandene Hardware, die genutzt werden kann?

3. Performance

Kläre Downtime und Maintenance vor dem Start der App mit dem Anbieter ab.

Umsetzung: Finde z. B. heraus, wie oft der Anbieter deiner Wahl Downtimes hatte.

Zentrale Frage: Wer ist für die technische Performance zuständig?

4. Usability

Gestalte den Aufbau und die Inhalte der App so intuitiv wie möglich.

Umsetzung: Targetiere die Inhalte um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter*innen nur das bekommen, was für sie relevant ist.

Zentrale Frage: Finden alle Nutzer*innen intuitiv, was sie benötigen?



5. Messbarkeit

Die Nutzung der App ist deine Chance, Kennzahlen der internen Kommunikation zu messen.

Umsetzung: Messe Nutzer-, Anmelde- und Interaktionszahlen, um die Qualität der Inhalte einzuschätzen und Strategien anzupassen.

Zentrale Frage: Welche Kennzahlen möchte ich messen und wie ist das möglich?

6. Kommunikationsstrategie

Eine Kommunikationsstrategie garantiert den roten Faden in der Kommunikation.

Umsetzung: Erstelle ein schriftliches Konzept für die Inhalte der App.

Zentrale Frage: Wie sollen der Aufbau der Seiten, die Rechte der Administrator*innen und die verschiedenen Gruppen für die Nutzer*innen aussehen?

7. Anwendungsfälle

Wähle Inhalte aus, die für die Nutzer*innen und das Unternehmen relevant sind.

Umsetzung: Mische Anwendungsfälle aus der klassischen Top-down-Kommunikation mit Enablement und Employee Experience.

Zentrale Frage: Decken meine Anwendungsfälle die Wünsche der Nutzer*innen und des Managements ab?

8. Soziologische Faktoren

Die Mitarbeiter-App kann als Tool für einen Kulturwandel dienen und die Kommunikationskultur verändern.

Umsetzung: Unterstütze Interaktionen in der App, indem du Kommentare und Likes ermöglichst.

Zentrale Frage: Was haben meine Mitarbeiter*innen von der Nutzung der App?

9. Launch

Entwerfe eine Launch-Strategie, um sicherzustellen, dass du alle Mitarbeitenden erreichst.

Umsetzung: Briefe, Flyer oder E-Mails eignen sich als Marketing-Maßnahme, um den Launch der App zu bewerben.

Zentrale Frage: Erreiche ich mit meinem Launch alle Mitarbeiter*innen auf den für sie richtigen Kanälen?

10. Projektteam

Nur mit dem richtigen Projektteam und klaren Owner*innen kann das Projekt zum Erfolg werden.

Umsetzung: Stelle ein Team von App-Champions aus verschiedenen Bereichen zusammen.

Zentrale Frage: Weiß ich, wer die App weiterempfiehlt, wer sich beteiligt und wer als Katalysator fungieren kann?

11. Integration

Verwandle deine App vom Kommunikationshelfer in ein richtiges Arbeitsmittel.

Umsetzung: Bilde HR-Systeme mobil in der App ab.

Zentrale Frage: Welche Systeme brauchen meine Mitarbeiter*innen jeden Tag und wie kann ich sie gewinnbringend in die App integrieren?



technische
Anforderungen

organisatorische
Anforderungen





Über Staffbase

In einer polarisierten Welt

INSPIRIEREN WIR MENSCHEN,
gemeinsam etwas Großes zu erreichen.

ASPIRE TO **INSPIRE**

Stetiger Wandel ist heute keine Ausnahmesituation mehr, sondern Alltag. Unternehmen müssen ihren Mitarbeiter*innen Veränderungen nicht nur kommunizieren, sondern sie dabei auch aktiv mitnehmen. Staffbase bietet seinen Kund*innen dafür eine Komplettlösung, die sich im praktischen Einsatz auch bei großen und internationalen Unternehmen hundertfach bewährt hat.

Staffbase ist der weltweit führende Anbieter für eine Communications Cloud zur Verbesserung der Mitarbeiterkommunikation in Unternehmen. Die Plattform ist gleichzeitig am Computer und als Mitarbeiter-App nutzbar, so dass Arbeitgeber ihre Mitarbeitenden überall sicher erreichen können – ob im Büro, zu Hause, in der Produktion oder unterwegs. Die Staffbase Communications Cloud ermöglicht somit der Belegschaft einen besseren Zugang zu Unternehmensinformationen und den Tools für den digitalen Arbeitsplatz, einschließlich des „klassischen“ Intranets.

Mehr als 2.200 Unternehmen vertrauen auf Staffbase, u. a. die DHL Group, Adidas, Deutsche Telekom und MAN Truck & Bus. Staffbase ist vier Jahre in Folge Gewinner des Inkometa Awards in den Kategorien Beste Mitarbeiter-App, Bestes Social Intranet und Best in Class.

Staffbase

Annaberger Straße 73
09111 Chemnitz
Germany

Telefon:

+49 800 371 0001

E-Mail:

team@staffbase.com



| Private und dienstliche Geräte

| Datenschutz nach DSGVO garantiert

| Sicheres Hosting in Deutschland

| Inklusive Content-Management-System