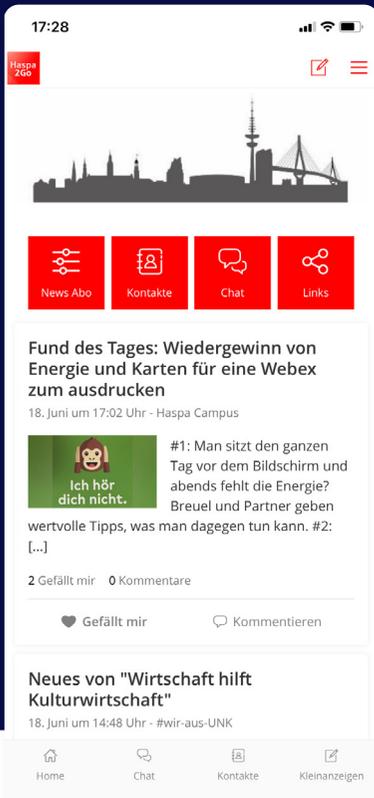


# Haspa2Go

## Wie die Mitarbeiter-App der Hamburger Sparkasse den Kulturwandel unterstützt





ca. 5.000



100 Standorte



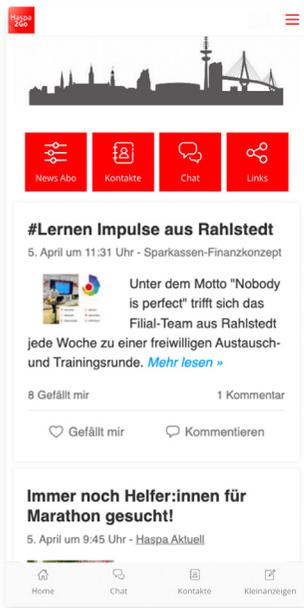
Hamburg, Deutschland

1827 gegründet, betreut die Hamburger Sparkasse heute 1,5 Millionen Kund\*innen in rund 100 Filialen in der Hamburger Metropolregion. Um sich für die Zukunft aufzustellen und auch für kommende Generationen attraktiv zu bleiben, hat das Traditionshaus einen umfassenden Struktur- und Kulturwandel angeschoben. Stichwort: digitale Transformation. Eine der Kernaufgaben der internen Kommunikation ist es, diesen Veränderungsprozess zu unterstützen. Um den Anforderungen an die Kommunikation in dem Veränderungsprozess gerecht zu werden, hat die Haspa eine Mitarbeiter-App eingeführt. Nach nur 6 Monaten wird Haspa2Go von über 90% der Belegschaft bereits intensiv genutzt. Und dabei hat die Erfolgsgeschichte aus Sicht der Leiterin der internen Kommunikation, Simone Naujoks, gerade erst begonnen.

*„Wie alle Unternehmen, die sich mit den Anforderungen und Folgen der Digitalisierung für ihr Geschäftsmodell auseinandersetzen müssen, haben auch wir uns auf den Weg gemacht und arbeiten an unserer Transformation. Denn wir wollen auch für künftige Generationen die erste Wahl rund um ihre Finanzen sein. Wie schafft man das? Natürlich spielen digitale Produkte und Prozesse eine wichtige Rolle, aber das allein wird nicht reichen.“*



**Simone Naujoks,**  
Leiterin Media Relations  
und Interne Kommunikation



Die fortschreitende Digitalisierung greift tief in unseren Alltag ein. Gewohnheiten und Bedarfe der Menschen verändern sich – so auch bei den Kund\*innen der Hamburger Sparkasse. Die fast 200 Jahre alte Sparkasse stellt sich offen den neuen Herausforderungen der Geschäftswelt und hat das bekannte Konzept „Bank“ weiterentwickelt. So setzt die Haspa ganz bewusst auf ihre regionale Verankerung und positioniert sich mit ihren Filialen als Nachbarschaftstreff, wo es nicht nur um Finanzen gehen muss. Doch nicht nur extern geht die Haspa neue Wege, auch intern entwickelt sich das Traditionshaus rasant weiter.

Die gesamte Organisationsstruktur wurde neu aufgestellt, Hierarchien verschlankt, agiles Arbeiten eingeführt - um nur ein paar Beispiele zu nennen. Hohe und komplexe Anforderungen für die interne Kommunikation, die sich in dieser Situation bewusst für eine neue mobile Plattform entschieden hat. Simone Naujoks ist Leiterin Media Relations und Interne Kommunikation bei der Hamburger Sparkasse und berichtet, wie die Mitarbeiter-App *Haspa2Go* den Kulturwandel der Bank mit fast 5.000 Mitarbeiter\*innen unterstützt.



Bei der Haspa hat man erkannt, dass es vor allem ein anderes Mindset braucht, in anderen Worten einen Kulturwandel. Simone Naujoks beschreibt es gern als, anders denken, anders arbeiten.

*„Konkret gehört für uns dazu, dass wir in unserer Arbeit schneller werden, mit weniger Hierarchie auskommen, unseren Mitarbeitenden mehr Verantwortung und Gestaltungsraum übertragen, um so auch mehr Kreativität freizusetzen. Dafür nutzen wir zunehmend agile Strukturen und Methoden, wir vernetzen uns viel stärker, teilen Wissen und arbeiten an einer anderen Fehlerkultur. In so einem umfassenden Transformationsprozess hat die interne Kommunikation eine zentrale Rolle.“*

## **Fazit nach 6 Monaten *Haspa2Go*: Die Mitarbeiter-App als Katalysator für internen Wandel**

Viele Menschen möchten sich heute auch im Berufsalltag so informieren und austauschen wie sie es privat in den sozialen Medien tun. „Uns fehlte schlichtweg die technische Lösung, um unsere Mitarbeitenden über neue digitale Formate anzusprechen und sie einzubinden“, so Naujoks. Zudem war es der Haspa wichtig, die Kommunikation menschlich und noch transparenter zu gestalten. So hat man sich dazu entschieden, eine Mitarbeiter-App namens *Haspa2Go* einzuführen. „Die Zeit war reif“, so Naujoks. Mit der App kann nicht nur schneller und digitaler kommuniziert werden, sondern es wird gleichzeitig dafür gesorgt, dass das menschliche Miteinander, Vernetzung und Erfahrungsaustausch der Belegschaft filial- und bereichsübergreifend gestärkt wird. Und vor allem, dass jede\*r mit eigenen Ideen die Entwicklung der Haspa aktiv mitgestalten kann, denn das ist ausdrücklich gewünscht.

Nach nur sechs Monaten haben sich bereits über 60 Prozent der Haspa-Mitarbeiter\*innen in der App registriert. Mittlerweile sind es 90 Prozent. Für das Team der Unternehmenskommunikation ist dies insbesondere ein toller Wert, da die Nutzung der Haspa2Go auf reiner Freiwilligkeit beruht und nicht nur auf den Desktop-PCs in den Filialen, sondern hauptsächlich auf den privaten Smartphones der Mitarbeitenden genutzt wird. In den ersten sechs Monaten wurden außerdem bereits fast 2.000 Chatnachrichten zwischen den Mitarbeiter\*innen versendet. Für die Macher\*innen der App ein klares Anzeichen dafür, dass die informelle berufliche Kommunikation erfolgreich von einem unsicheren Nachrichtenkanal wie WhatsApp in die sichere Umgebung der eigenen Mitarbeiter-App übertragen werden konnte.<sup>1</sup> Auch die hohe Anzahl an Beiträgen (ca. 1.000) und Besuchen in der Haspa2Go (ca. 120.000) in den ersten sechs Monaten bestätigt den Erfolg des neuen Mediums. Vor der Einführung hatten die Kolleg\*innen untereinander keine Möglichkeit, sich auf einer gemeinsamen Plattform zu vernetzen und sich über aktuelle Neuigkeiten, berufliche Herausforderungen und sogar Privates auszutauschen. Dank der Mitarbeiter-App konnte neben dem klassischen Intranet eine neue Heimat der Mitarbeiterkommunikation geschaffen werden. Die Haspa2Go rückt den persönlichen Austausch von Mitarbeiter\*innen ins Zentrum, um auch Mehrwert durch Vernetzung und Dialog zu schaffen.

## **Kommunikation kann menschlich, authentisch und digital zugleich sein!**

Die Hamburger Sparkasse wurde 1827 gegründet. In den rund 100 Filialen in der Metropolregion Hamburg betreuen die Mitarbeitenden fast 1,5 Millionen Kund\*innen. Die Haspa steht in Hamburg jedoch für mehr als nur Finanzberatung. Die Filialen sind aufgrund ihrer regionalen Verankerung zum Nachbarschaftstreff geworden. So gibt es z. B. für Anwohner\*innen – ob Kund\*in oder auch nicht – regelmäßig verschiedene Veranstaltungen in der Filiale – geplant und durchgeführt von den Filialteams. Bei diesen Veranstaltungen, die gar nichts mit Banking zu tun haben müssen, können sich Mitarbeiter\*innen mit den Kund\*innen bzw. die Hamburger\*innen miteinander vernetzen. Außerdem haben Unternehmen aus der Nachbarschaft die Chance, sich auf Ausstellungsflächen in der Filiale vorzustellen. Ergänzend zu diesem Angebot pflegt die Haspa verschiedene frei zugängliche Apps, die über Events, Freizeittipps und Aktionsdeals in der Hafenstadt informieren.

Dem gesetzten Ziel – Digitale Bank mit den besten Filialen – kommt die Haspa immer näher. Bis dato war es aber schwierig, den nach außen sichtbaren Wandel auch intern entsprechend widerzuspiegeln. Das Problem: Es gab kein adäquates Medium. Allein über das Intranet lässt sich der Kulturwandel nicht vorantreiben. Zwar bietet es Funktionen für Likes und Kommentare,

---

<sup>1</sup> Einen Artikel zu den Besonderheiten und Problemen von Messenger-Diensten in der internen Kommunikation findest Du hier: <https://staffbase.com/blog-de/warum-unternehmen-whatsapp-nicht-fuer-die-interne-kommunikation-nutzen-sollten/>

um die Mitarbeiter\*innen einzubeziehen – eine echte Mitwirkung oder die Personalisierung von Content hingegen ist nicht möglich. Für das Team der Internen Kommunikation galt es deshalb, eine neue Lösung zu finden, die alle Mitarbeiter\*innen vernetzt und den sozialen Austausch untereinander fördert.

Schnell war klar: Eine Mitarbeiter-App ist die ideale Plattform für die Kommunikations-Ansprüche der Haspa. Ein solcher Kanal sollte die Schnelligkeit der Kommunikation erhöhen und die Relevanz der Information verbessern, indem er personalisierte Nachrichten ausspielt und zielgruppenspezifische Inhalte ermöglicht.<sup>2</sup>

Besonders wichtig waren die IT-Sicherheit und der Datenschutz, da die neue Mitarbeiter-App von einem Großteil der Belegschaft auf den privaten Endgeräten genutzt werden sollte. Die Wahl fiel hier auf den Anbieter Staffbase, der ISO 27001 zertifiziert ist und der Server in Deutschland betreibt.

Nach nur 3-monatiger Vorbereitung führte die Haspa mit einem kleinen bereichsübergreifenden Projektteam und der Zustimmung des Betriebsrates im November 2020 deshalb die Mitarbeiter-App *Haspa2Go* ein. Mit dem Tool können die Themen heute besser transportiert und für die Belegschaft medial attraktiv gestaltet werden.

---

<sup>2</sup> Mehr zum Thema Personalisierung findet sich in diesem Artikel über die 7 Top-Trends des modernen Arbeitsplatzes: <https://staffbase.com/blog-de/moderner-arbeitsplatz/>



**80%**  
Mitarbeiter\*innen  
in der App

**27001** ISO

**100** Filialen  
in Hamburg

**1,5 Mio.** Kund\*innen

Die *Haspa2Go* ist so intuitiv gestaltet, dass Inhalte von den Redakteur\*innen zentral (aus der Unternehmenskommunikation) oder dezentral (an verschiedenen Standorten und aus den Fachbereichen) produziert und eingepflegt werden können. Jeder bei der Haspa kann zudem ganz einfach selbst Beiträge erstellen und sich so mit Vorschlägen oder Meinungen einbringen. Viele Bereiche der App, die von allen Kolleg\*innen individuell abonniert werden können, werden von Mitarbeitenden aus dem Unternehmen redaktionell betreut. Es kommen laufend neue Kanäle hinzu, sodass die Belegschaft mittlerweile eine große Auswahl aus über 20 offenen Kanälen hat. Neben Themen aus den verschiedenen Fachbereichen und Vertriebsregionen gibt es auch kulturelle Netzwerke wie die Pride-Community, die Sportgemeinschaft oder Wo\*men@Haspa.

Außerdem gibt es über 10 geschlossene Nutzergruppen in der *Haspa2Go*, die von den Verantwortlichen aus unterschiedlichen Abteilungen und Themenfeldern gegründet wurden. In diesen Gruppen tauschen sich primär Kolleg\*innen aus großen Unternehmensbereichen oder Vertriebsregionen untereinander aus. In anderen versammeln sich beispielsweise Führungskräfte der Haspa. Geschlossene Gruppen setzen den Fokus auf Inhalte, die gezielt für die jeweiligen Mitarbeitenden von Interesse sind und schützen den Rest der Belegschaft vor überflüssigen Informationen. Sie ermöglichen außerdem einen zielgruppenspezifischen Wissenstransfer, Einladungen zu internen Veranstaltungen oder persönliche Grußbotschaften der Führungspersonen an ihre jeweiligen Teams.

## Die 4 wichtigsten Anforderungen an *Haspa2Go*

Noch vor der Einführung der App setzte sich die Haspa vier Ziele, die mit dem neuen Kommunikationstool erreicht werden sollten. Diese Zielsetzung war explizit auf den neuen Kanal ausgerichtet und sollte insgesamt positiv auf den laufenden Kulturwandel einwirken. Nach der Einführung blickt Simone Naujoks zurück und beschreibt, wie *Haspa2Go* zu einem Erfolg wurde:

### Anforderung 1: Orientierung geben

Anders als das Intranet sollte die Mitarbeiter-App nicht nur informieren, sondern zudem strategische Kernthemen leicht verständlich und medial aufbereitet an die Mitarbeitenden transportieren. Gerade in Zeiten großer Veränderungen im Unternehmen braucht es Orientierung und Sicherheit. "Der schönste Text, der im Intranet veröffentlicht ist, kommt selten so an wie ein gut aufbereiteter Erklärfilm oder ein Mitarbeiter-Podcast in der *Haspa2Go*," so Naujoks. Per Video meldet sich in der App sogar der Vorstand zu Wort und berichtet über Themen wie die gemeinsame Vision, die Geschäftsstrategie oder versendet Grußbotschaften an alle.

## Anforderung 2: Mitarbeitende zur Beteiligung befähigen

Doch viel entscheidender als dass die Führungskräfte in der Mitarbeiter-App zu Wort kommen, ist dass jeder ganz einfach eigene Beiträge verfassen kann. Damit alle Mitarbeiter\*innen wissen, wie das geht, gibt es in der App einen Hilfskanal, der die Content-Erstellung erklärt mit FAQs und eigenen Video-Tutorials. Durch die offene und partizipative Gestaltung der Haspa2Go entsteht ein riesiger Raum für Engagement.

Beliebt sind dabei auch die offenen Räume in der App wie die Social Wall, auf der alle Mitarbeiter\*innen posten können. Auch Sonderaktionen wie eine Fotowand, auf der alle zu bestimmten vorgegeben Themen Bilderstreifen hochladen können, stehen hoch im Kurs. Die Mitarbeiter\*innen der Haspa nutzen ihre Mitarbeiter-App heute immer mehr als einen Ort, an dem sie ihre Gedanken teilen können. Das Kommunikationsteam merkt deutlich, wie ihre Kolleg\*innen die Haspa2Go zu „ihrer“ App machen, indem sie sich kreativ einbringen. Dass die Mitarbeiter\*innen in der Haspa2Go selbst über ihren Arbeitsalltag berichten, fördert nicht nur die Transparenz der Kommunikation, sondern fungiert auch als Spiegel der Stimmung in der Belegschaft. Über die Themenauswahl, Kommentare und Likes hat die interne Kommunikation einen direkten Draht zur Belegschaft.



### Anforderung 3: Vernetzung anregen

Neben der Beteiligung sollte mit der Mitarbeiter-App die Kollaboration der Belegschaft untereinander gestärkt werden. Durch die App wird allen Nutzer\*innen die Möglichkeit geboten, einander besser kennenzulernen. Darüber hinaus gibt es Einblicke in die Arbeit anderer Fachbereiche. Die Idee dahinter: Mitarbeitende, die gut vernetzt sind, abteilungsübergreifend zusammenarbeiten und so gemeinsam die Ideenentwicklung fördern, tragen verstärkt zur Wertschöpfung des Unternehmens bei. In der *Haspa2Go* wurde der Wissenstransfer durch Chats sowie offene und geschlossene Netzwerkgruppen und Themenkanäle sowie Workhacks ermöglicht. Hier können die Mitarbeitenden sich gegenseitig von ihren Erfahrungen berichten oder Tipps darüber austauschen, wie der Arbeitsalltag erleichtert wurde. Spannend ist hier, das Personenverzeichnis als Expert\*innensuche zu nutzen. Simone Naujoks nennt ein praktisches Beispiel:

*„Eine Kollegin aus meinem Team hat in ihrem Profil angegeben, Russisch zu sprechen. Hat ein Kollege in der Filiale nun einen Kunden, der nur russisch spricht, kann er durch die Personensuche in der Haspa2Go die Sprachkenntnisse meiner Kollegin ausfindig machen, sie aus der App heraus anrufen und so quasi direkte Übersetzungshilfe bekommen. Das erleichtert sehr konkret den Arbeitsalltag von Mitarbeiter und Kunden.“*

### Anforderung 4: Gemeinschaft stärken

Jeder einzelne Kanal und jede neue kreative Idee der Belegschaft trägt dazu bei, dass sich Mitarbeiter\*innen aktiv in der Haspa einbringen können und sich in ihrer Unternehmenskultur wohl fühlen. Zur Stärkung des Gemeinschaftsgefühls tragen auch Mitarbeiter-Podcasts bei, die von und für Mitarbeiter\*innen produziert werden. Die Haspa hat zwei interne Podcast-Formate, wie beispielsweise die Reihe „Auf der Bank mit...“. In diesem Format geht es um die strategische Ausrichtung der Haspa. Die Vision des Unternehmens wird über den Podcast erlebbar gemacht und mit Beispielen aus dem Geschäftsalltag erläutert. Einige Themen waren zum Beispiel Nachhaltigkeit, Führung und Kulturwandel. Die Bereichsleiterin der Unternehmenskommunikation, Stefanie von Carlsburg, interviewt dabei Mitarbeiter\*innen und externe Gäste, um verschiedene Perspektiven abzubilden. Aktuell wird diese Serie nicht mehr produziert. Sie hat uns wichtigen Input für nachfolgende Formate geliefert. Eine zweite Podcast-Serie heißt „Butter bei die Fische“ und wird von der „Haspa agile Community“ produziert. Zu Gast sind Kolleg\*innen, die in besonderer Weise für den Kulturwandel stehen. Sich gegenseitig stark machen und mit Spaß und Leidenschaft arbeiten, auch diesem Ziel der Vision nähert sich die Haspa mit Hilfe der App.

## Fazit: Auch digitale Kommunikation muss menschn!

Mit der Einführung der neuen App wurden die bestehenden Kommunikationskanäle ergänzt – allerdings mit klarer Abgrenzung. So gilt das Intranet als die „Pflichtlektüre“ für alle Mitarbeiter\*innen, im Sinne eines zentralen Anlaufpunkts für Informationen zur Erleichterung oder Erfüllung der Arbeit. Dazu zählen z. B. Vertriebsthemen, Arbeitsanweisungen oder Formulare. Die App hingegen soll ganz klar als video- und audiogestützter Kommunikations- und Interaktionskanal dienen, der primär für vertiefende Inhalte und zum „Socialisen“ genutzt werden soll. Die Kommunikation hier soll „menschn“, deswegen werden in der App auch persönliche Themen sowie inspirierende Mitarbeitergeschichten besprochen.

Genau diese Formate mit einer sehr empathischen Note stehen für einen erfolgreichen Kulturwandel. Diese Veränderung sorgt nicht nur für ein besseres Miteinander, sondern verhilft der Haspa zudem zu einer gesteigerten Arbeitgeberattraktivität.



„Kultur entwickelt sich ohne Pause beständig weiter und findet immer statt. Da darf sich kein Unternehmen und keine Bank darauf ausruhen, was bereits geschafft wurde. Das Thema Kultur muss immer in den Vordergrund gestellt werden, auch wenn vermeintlich wichtigere Projekte anstehen. Der Kulturwandel muss bei allen Projekten mit bedacht und immer wieder neu reflektiert werden.“

- Simone Naujoks, Leiterin interne Kommunikation  
bei der Hamburger Sparkasse





## Bist du bereit zu wachsen?

Schau dir Staffbase Campus an – unsere On-Demand-Lernplattform für interne Kommunikatoren.



Fang an zu lernen

→ [campus.staffbase.com/](https://campus.staffbase.com/)

## Interessiert an einer Mitarbeiter-App, Newsletter oder einem Intranet?

Staffbase bietet erstklassige Kommunikationskanäle, um Reichweite und Engagement zu maximieren. Vereinbare eine [→kostenlose Demo](#) und sieh, wie unsere Lösungen dir helfen können, deine Ziele zu erreichen. Keine Verpflichtung, nur ein Gespräch!

