



Riesenschritte für die interne Kommunikation des Entsorgungsunternehmens

Aus dem Müll der Bio-Tonnen der rund zwei Millionen Haushalte gewinnt die BSR Erdgas, womit ein Teil der eigenen Fahrzeuge betankt wird. Umweltbewusstsein und Klimaschutz sind nur zwei der Werte, die sich die BSR auf ihre Fahnen geschrieben hat. Dazu zählen außerdem soziales Engagement sowie Chancengleichheit und gute Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten, wie beispielsweise die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Auch um diese Ansprüche zu realisieren, führte die BSR im Herbst 2018 die Beekeeper-Mitarbeiter-App zur besseren internen Kommunikation ein.

Kurzfassung:

- **Circa 5.600 Mitarbeitende der BSR arbeiten in der ganzen Stadt** und haben keinen Büroarbeitsplatz
- **1.000 Digital Native und 260 Azubis** nutzen die App
- **1.300 tägliche aktive Nutzer**

„Die große Herausforderung war: Wie erreichen wir unsere Kolleginnen und Kollegen, die jeden Tag für die Sauberkeit Berlins unterwegs sind, im digitalen Kommunikationszeitalter? Die Lösung, myBSR, ist ein Riesenschritt für die interne Kommunikation bei der BSR.“

– René Worlitzer
Social-Media- und Community-Manager, BSR

HERAUSFORDERUNGEN

Die BSR suchte nach einer besseren Lösung für die interne Kommunikation, da weder persönlicher Kontakt, Mitarbeiterzeitschrift noch das bestehende Extranet alle Mitarbeitende effektiv erreichten. Besonders operative Teams 'auf der Straße' ohne PC-Arbeitsplatz bekamen nicht alle Informationen.

LÖSUNG

Die BSR entschied sich für die mobile Mitarbeiter-App von Beekeeper zur Stärkung der Firmenidentität. Freiwillig nutzbar auf privaten Smartphones, ermöglicht sie direkten Austausch und Bottom-up-Kommunikation – nutzerfreundlich und DSGVO-konform.

ERGEBNISSE

Nach sorgfältiger Anbieterwahl führte die BSR die Mitarbeiter-App "myBSR" ein. Nach vier Monaten Testphase überzeugte Beekeeper durch Einfachheit und Support. Die App ermöglicht abteilungsübergreifende Kommunikation, Stellenausschreibungen und Feedback mit hoher Nutzerbeteiligung.

„Unser Ziel war es, die Kluft zwischen Beschäftigten ‚im Büro‘ und ‚auf der Straße‘ zu schließen und den Wünschen nach offenerer Kommunikation und Information auch über alltägliche Dinge wie Speisepläne oder Jobangebote nachzukommen.“

– Sebastian Gerth, Anwendungsorganisator, BSR

Operative Mitarbeitende konnten nicht über das Extranet erreicht werden

Zuvor bestand die interne Kommunikation im Unternehmen aus direktem persönlichen Kontakt, beispielsweise in der Frühansprache der jeweiligen Einsatzleiter. Persönliche Gespräche sind aber bei der Größe der BSR nicht zwischen allen Kollegen möglich. Darüber hinaus gibt es eine monatliche Mitarbeiterzeitschrift, die aktuelle Informationen über das Unternehmen an die Mitarbeitenden verbreitet. Allerdings bietet auch diese keine Möglichkeit für schnellen und direkten Austausch. Seit 2010 nutzt die BSR zusätzlich zum bestehenden Intranet, ein Extranet zur internen Kommunikation mit den Beschäftigten. Da die meisten von ihnen keinen festen Arbeitsplatz haben, war es jedoch schwierig, wirklich alle gleichzeitig mit relevanten Informationen zu versorgen.

In einer Evaluierung des Extranets 2017 wurde ermittelt, dass nur circa 80 Mitarbeitende monatlich aktiv waren. Angemeldet waren immerhin 779 Angestellte ohne festen PC-Arbeitsplatz. Die Erklärung für diese geringe Rate lag in der umständlichen Nutzung und der zusätzlichen Hürde, sich von zu Hause aus noch einmal ins Arbeitsplatznetzwerk einzuloggen. Es wurde klar, dass ein anderes moderneres Instrument zur internen Kommunikation implementiert werden musste, denn auch vonseiten neuer und junger Mitarbeitender wurde eine digitale Informationsquelle erwartet. Wichtig war eine funktionierende Plattform, mit der alle Mitarbeitende, auf der Straße und in den Büros, erreicht werden können.

Um diese Veränderung umzusetzen, stellte ein eigens gebildetes Projektteam der Geschäftsleitung drei Szenarien vor: Das Extranet alternativlos abschalten, es technisch neu aufsetzen oder einen mobilen Kanal für alle Mitarbeitende schaffen. Der Vorstand entschied sich auch aus wirtschaftlichen Gründen für den mobilen Informationskanal.



Ziele für die neue Mitarbeiter-App

Im nächsten Schritt hat die BSR Ziele festgelegt, die mit der Einführung einer Mitarbeiter-App erreicht werden sollten. Übergeordnete Ziele der internen Kommunikation mit einer App waren die Stärkung sowohl der Mitarbeiterbindung als auch der Firmenidentität.

Es sollte ein mobiler Informationskanal geschaffen werden, der eine freiwillige Nutzung zugrunde legt. Da das Prinzip „Bring your own device“ angewendet wird, war klar, dass Mitarbeitende sich aus freien Stücken für die Nutzung der App auf ihrem privaten Smartphone entscheiden sollten. Besonders für operative Mitarbeitende sollte damit der ganz klare Vorteil einer aktuellen und relevanten Informationsquelle verbunden sein, sodass diese sich stärker ins Unternehmen eingebunden fühlen. Außerdem sollten alle zu den Inhalten etwas beisteuern können und auch der Austausch der Mitarbeitenden untereinander ermöglicht und vereinfacht werden.

Gleichzeitig wurden auch Abgrenzungen der App festgelegt: Es sollte kein neues Intranet geschaffen werden und auch kein digitaler Arbeitsplatz damit entstehen. Das Intranet würde auch nach Einführung einer Mitarbeiter-App bestehen bleiben, da hier Arbeitsmaterialien unter der Belegschaft in den Büros digital ausgetauscht werden können und dies auch weiterhin auf dem gewohnten Wege möglich bleiben sollte.

Um zu erreichen, dass alle Mitarbeitende in die neue Plattform eingebunden werden können, sollte diese auf möglichst vielen Geräten verfügbar sein. Auch Personen ohne Smartphone sollten von zu Hause aus Zugriff auf die App haben.

Wichtig war der BSR zudem, mit dem neuen Tool auch Feedback der Mitarbeitenden sammeln zu können. Die Kommunikation sollte also von vornherein nicht nur top-down erfolgen, sondern auch in die andere Richtung: Von Arbeitnehmenden zu Vorgesetzten.

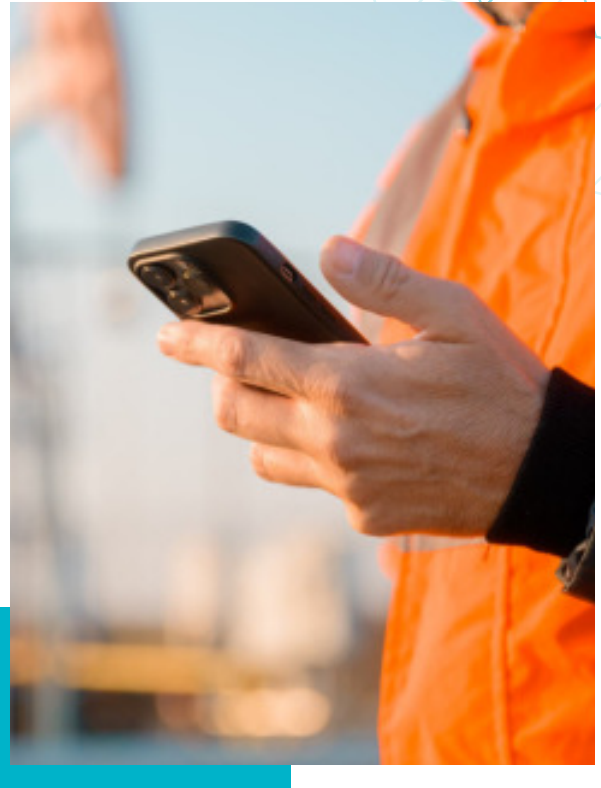
Anforderungen an die App:

- Verfügbarkeit auf allen Geräten
- Möglichkeit, Feedback von Beschäftigten einzusammeln
- Austausch der Mitarbeitenden untereinander ermöglichen (Peer-to-Peer)
- Kommunikation von Mitarbeitenden zu Vorgesetzten (Bottom-up)
- DSGVO-konforme und sichere Nutzung auf den privaten Smartphones der Beschäftigten
- Nutzerfreundlichkeit



Der Weg zur Implementierung von Beekeeper

Nachdem diese Ziele gesetzt waren, analysierte die BSR in einer Gruppe mit Vertretern aller involvierten Abteilungen des Unternehmens (Personalabteilung, IT, Kommunikation und Vertreter der Geschäftseinheiten Reinigung und Müllabfuhr), wie eine Mitarbeiter-App eingeführt werden könnte. Dazu wurde nicht nur der Markt potenzieller Anbieter gescannt, sondern auch nach Erfahrungen anderer Unternehmen mit Mitarbeiter-Apps gefragt sowie eigene Mitarbeitende und Stakeholder zu ihren Wünschen und Ansprüchen befragt. Auch der Personalrat war von Anfang an in den Prozess involviert und äußerte besondere Wünsche zum Datenschutz und zur Sicherheit der Mitarbeitenden. Vertreter des Personalrats sowie Führungskräfte der Abteilungen wurden regelmäßig über den Stand des Prozesses informiert und konnten so jederzeit Feedback geben.



Einfachheit der Beekeeper-App sowie der hervorragende Kunden-Support überzeugten

Die BSR ist als kommunales Unternehmen der Stadt Berlin verpflichtet, vor der Nutzung einer neuen Technologie eine Ausschreibung durchzuführen. Im Rahmen dieser testete die BSR drei verschiedene Anbieter von Mitarbeiter-Apps. Im Ergebnis entschieden sich die Verantwortlichen für Beekeeper, weil die Einfachheit der App sowie der hervorragende Kunden-Support überzeugten. Auch für die Wünsche des Personalrats wurden gemeinsam mit Beekeeper Lösungen gefunden, die den hohen Sicherheitsansprüchen genügten.

Ein Pluspunkt war es zudem, dass auch der Personalrat selbst die Vorzüge der App durch eigene Kanäle nutzen und so relevante Themen verbreiten und schnell alle Mitarbeitende erreichen können würde.

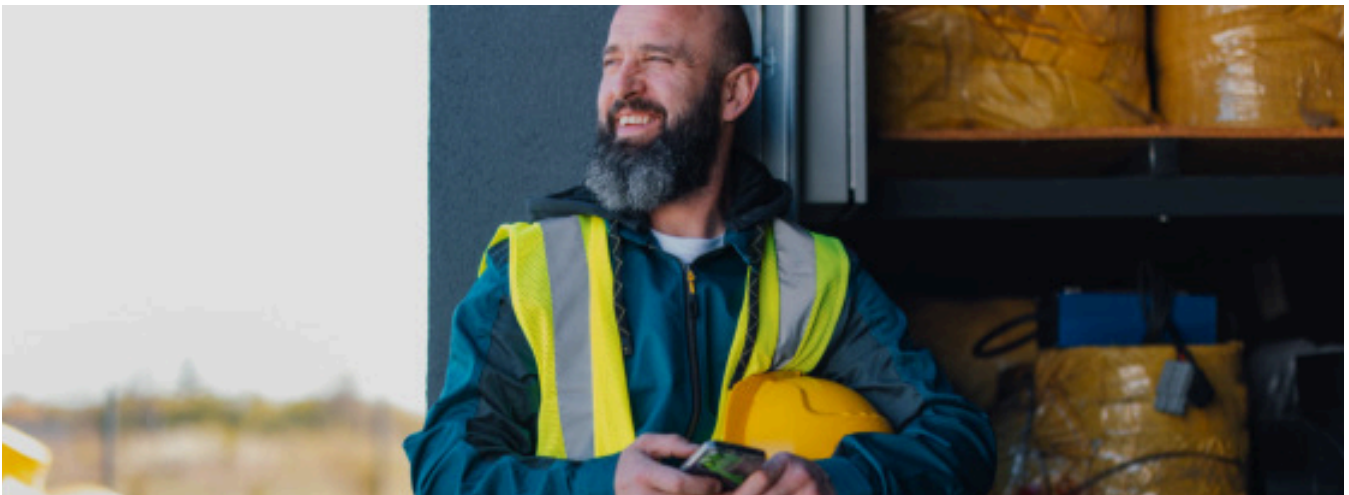
Was die Entscheidungsfindung bezüglich der richtigen Mitarbeiter-App beeinflusste, war auch die Nachfrage bei anderen Unternehmen, die Beekeeper bereits zur internen Kommunikation nutzten. Zufriedene Stimmen u. a. der Leonardo Hotels erleichterten so die Entscheidung für das Technologieunternehmen.

Testphase für ein reibungsloses Rollout

In der BSR-Mitarbeiterzeitung wurde zum Mitmachen bei der Testphase der neuen App aufgerufen. Ziel war es, dass die Hälfte der Tester aus operativen Mitarbeitenden besteht, da besonders diese die App später intensiv nutzen sollten. 110 Testnutzer meldeten sich auf die Anzeige und wollten die App von Anfang an kennenlernen. Dazu wurden an zwei Terminen ganztägige Kick-off-Meetings anberaumt, zu denen jeweils 60 Beschäftigte komplett ihren Arbeitsalltag verließen und sich ausschließlich mit Beekeeper befassen. Innerhalb der App wurde ein Testkanal eingerichtet und verschiedene Aufgaben an die Mitarbeitenden vergeben: Um möglichst alle Funktionen genau zu untersuchen, probierten sich die BSR-Angestellten aus. Sie bearbeiteten Profilinformationen, posteten Beiträge, kommentierten und chatteten mit Kollegen. Die offene Testphase für alle dauerte insgesamt etwa vier Monate. Nach und nach wurden immer mehr Mitarbeitende auf der App aktiv.

„Für so ein großes Unternehmen wie unseres hat sich die Testphase bewährt.“

– René Worlitzer, Social-Media- und Community-Manager, BSR



Anschließend nahmen sich die Entscheider der BSR noch einmal Zeit, um die Testphase genau zu analysieren. Nachdem alle Beteiligten einvernehmlich zustimmten und Beekeepers schneller und kompetenter Kunden-Support unterstützte, wurde die App erfolgreich eingeführt: „myBSR“ für alle Mitarbeitende live.

Der Beekeeper-Effekt

Der schon in der Testphase genutzte offene Kanal erfreut sich inzwischen großer Beliebtheit unter den Angestellten. Obwohl dieser eigentlich wieder geschlossen werden sollte, wurde er über die Testphase hinaus auf ausdrücklichen Wunsch der Mitarbeitenden übernommen.

Es gibt weitere Kanäle auf „myBSR“, auf denen Mitarbeitende und Geschäftsführung verschiedenste Informationen austauschen können. Diese sind nach Themen aufgeteilt, beispielsweise wird der Kanal „Unternehmensnachrichten“ ausschließlich für News der Geschäftsleitung genutzt. Für Neuigkeiten der einzelnen Geschäftseinheiten gibt es spezifische Kanäle, die sich an die jeweiligen Angestellten richten. Für besondere Interessengruppen gibt es ebenfalls eigene Kanäle, wie beispielsweise zum Betriebssport.

Umfragefunktion: Mitarbeitenden auf einfachem Weg eine Stimme verleihen

Eine Neuheit ist der „Jobs-Kanal“, auf dem interne Stellenausschreibungen mitgeteilt werden. Dieser wurde auf Wunsch eingerichtet, da zu viele „Wir stellen ein“-Posts den Nachrichtenkanal fluteten, obwohl diese nicht für alle Mitarbeitende relevant waren. In dieser Situation wurde die Umfragen-Funktion der App genutzt, um den Bedarf eines neuen Kanals zu ermitteln, welcher daraufhin geöffnet wurde. Die Beteiligung von über 500 Beschäftigten zeigt, wie Mitarbeitenden auf diesem einfach umzusetzenden Weg eine Stimme verliehen werden kann.

In Anlehnung an bestehende Social-Media-Richtlinien hat die BSR auch für die Nutzung der Mitarbeiter-App Regularien festgelegt, denen man bei der erstmaligen Anmeldung zustimmen muss. So soll sichergestellt werden, dass ein respektvolles Miteinander in der Kommunikation eingehalten wird. Im offenen Kanal reguliert sich die Community der BSR größtenteils selbst, sodass nur sehr selten durch das Kommunikationsteam eingeschritten werden muss.

Aus der viermonatigen Testphase ist nicht nur der offene Kanal entstanden, sondern auch die Themenredaktion. In den Geschäftseinheiten der BSR wurden sogenannte Themenredakteure und -Redakteurinnen etabliert, die in ihrer Abteilung relevante Themen sammeln. Diese sitzen ein Mal monatlich zusammen, tauschen sich über aktuelle Themen aus und überlegen, auf welchem Kanal und in welcher Form diese dargestellt werden könnten.

Operative Mitarbeitende werden besser informiert

Eine beliebte Funktion auf Beekeeper ist vor allem der Chat. Viele Kollegen der BSR nutzen diesen mit Begeisterung und pflegen so den persönlichen Austausch. Genauso gut kommen die Speisepläne bei der Belegschaft an – eine Funktion, die zuvor explizit gewünscht war. Mitarbeitende können danach ihre Routen takten und entweder den Hauptstandort der BSR oder einen Imbiss für die Mittagspause wählen.

Für die Kommunikationsabteilung ist es ein zusätzlicher Content-Gewinn, dass viele Angestellte sehr engagiert Bilder posten. Diese können im besten Fall für die externe Kommunikation über Social-Media-Plattformen verwendet werden, wenn beispielsweise die Sonne hinter einer Kehrmaschine vor dem Brandenburger Tor aufgeht.

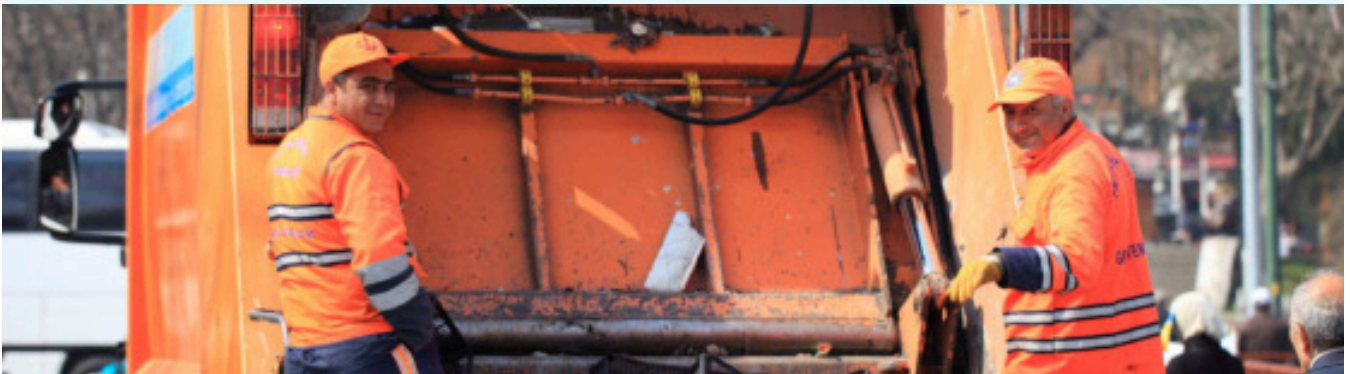
Ebenfalls von Vorteil ist die Verknüpfung bestehender interner Kommunikation mit der Mitarbeiter-App. So ist die Mitarbeiterzeitung INTERN nun in digitaler Form auf „myBSR“ verfügbar. Zudem ist auf der Startseite des Intranets der News-Stream der App abgebildet, sodass Mitarbeitende in den Büros auch von ihrem PC-Arbeitsplatz darauf zugreifen können.

Insgesamt ist die BSR mit ihrer Mitarbeiter-App sehr zufrieden. Durch die hohe Beteiligung der Beschäftigten innerhalb des ersten Jahres sind sich die Verantwortlichen sicher, ihr gesetztes Ziel erreichen zu können: Operative Mitarbeitende werden besser über Vorgänge im Unternehmen informiert und in die interne Kommunikation eingebunden. Über „myBSR“ konnten bereits Verbesserungsvorschläge der Mitarbeitenden in Reinigung und Müllabfuhr weitergeleitet werden, wovon am Ende das gesamte Unternehmen profitieren kann.



About BSR

Das größte kommunale Entsorgungsunternehmen Deutschlands ist die Berliner Stadtreinigung. In der Bundeshauptstadt ist sie mit ca. 5.600 Mitarbeitenden verantwortlich für die Entsorgung von jährlich rund 2 Millionen Tonnen Abfall und etwa 50.000 Tonnen Straßenkehrschutt. Außerdem sorgt die BSR in Berlin für den Winterdienst und räumt in 46 Parks und Grünanlagen der Stadt auf. Dafür sorgen über 4.000 Arbeitskräfte auf den Straßen. Das Unternehmen betreibt 15 Recyclinghöfe über das gesamte Stadtgebiet verteilt. Die Hauptverwaltung sitzt in der Tempelhofer Ringbahnstraße.



„Wir sehen, dass wir unsere Ziele auf diesem Weg erreichen können: Die Leute können sich besser austauschen als in WhatsApp-Gruppen und wir steigern das Verständnis für die Jobs von anderen. Die Transparenz ist einfach höher und schafft mehr Einblicke in die verschiedenen Bereiche des Unternehmens.“

— Sebastian Gerth, Anwendungsorganisator, BSR