



Case Study

BUTLERS[®]





Über BUTLERS

Mit der Gründung der Firma „Wilhelm Josten Söhne“ begann 1829 in Neuss die Geschichte des noch immer familiär geprägten Unternehmens, das heute BUTLERS heißt. Lag der Fokus im 19. Jahrhundert noch auf Haushaltswaren aller Art, hat sich BUTLERS mittlerweile etwas anders ausgerichtet: „Wir verkaufen keine Produkte, sondern Ideen“, erklärt Tanja Bäumler, Visual Merchandising, im Image-Video auf der Website. Nach diesem Konzept sind auch die weltweit 120 Filialen ausgerichtet. Die Wohnaccessoires und Möbel werden nicht etwa nach Produktgruppen in den Regalen platziert, sondern es gibt Thementische, die die Kunden inspirieren sollen. So kann auch mal eine Weinflasche neben den Tischdecken stehen. Das preisgekrönte Unternehmen verzeichnet jährlich über 40 Millionen Besucher in den Filialen und 350.000 Online-Käufer. Das Zentrallager in Neuss, in dem alle Produkte des Sortiments verpackt werden, ist über 19.000 Quadratmeter groß. Wie schafft es ein Unternehmen von dieser Größe, den familiären Charakter trotz verstreuter Mitarbeiter ins 21. Jahrhundert zu tragen? Natürlich mit digitaler Unterstützung durch eine Mitarbeiter-App, die allen Herausforderungen gewachsen ist.





Herausforderung

Um die Mitarbeiterbindung und auf diesem Weg auch die Kundenbindung zu verbessern, war es BUTLERS wichtig, die bestehende Markenbotschaft, die Werte des Unternehmens und die schnellen Veränderungen im Einzelhandel direkt an jeden einzelnen Mitarbeiter kommunizieren zu können. Darüber hinaus war mehr direktes Feedback von den Teams im Verkauf und in der Logistik an die Zentrale gewünscht. Um dies zu erreichen, musste eine zeitgemäße Kommunikation gefunden werden. Die über die Jahre gewachsene Markenbotschaft ist deutlich in den BUTLERS-Filialen und -Produkten zu erkennen: „Das Glück im Schönen ermöglichen“. Neben dem Ziel, den Kunden Inspirationen für die eigenen vier Wände zu geben, um sich dort wohl und glücklich zu fühlen, engagiert sich BUTLERS in sozialen Projekten. In den vergangenen Monaten wurden beispielsweise Kooperationen für ein friedliches Zusammenleben in Europa im Rahmen der EU-Wahl realisiert, Spendenaufrufe für Initiativen gegen häusliche Gewalt und seit 2014 diverse Aktionen für Bildungsgerechtigkeit an Schulen gestartet.

Ein wichtiger neuer Wert im Unternehmen ist die Transparenz. Das Verhältnis zu den Mitarbeitenden und ihr individuelles Erlebnis im Unternehmen rutscht damit in den Fokus.

Für BUTLERS, wie auch für zahlreiche weitere Unternehmen, sind zufriedene Angestellte ein entscheidender Erfolgsfaktor im neuen Jahrzehnt. Um eine offenere Arbeitsatmosphäre zu schaffen und eine Kultur auf Augenhöhe zu etablieren, bot die Geschäftsführung bereits vor der Einführung einer mobilen Mitarbeiter-App dem gesamten Team das „Du“ an. Das war eine wichtige Veränderung, um auf Dauer das Hierarchie-Denken abzubauen, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und jedem einzelnen Mitarbeiter persönliche Wertschätzung entgegenzubringen. Ein weiterer Schritt in Richtung Wandel war schließlich die Einführung von Beekeeper. Mehrere hunderte Personen, die in den Filialen, im Lager oder in der Zentrale arbeiten, sollten miteinander vernetzt werden, um zusammen erfolgreich sein zu können. Das Zusammenbringen aller Unternehmensbereiche war für den Geschäftsführer Jörg Funke besonders wichtig.



Jörg Funke,
Geschäftsführer

„Wir hatten bis dato nur die Möglichkeit, die einzelnen Filialen über E-Mails zu kontaktieren, aber nicht jeden einzelnen Mitarbeiter. Die Mitarbeiter der Logistik waren individuell ebenfalls kaum erreichbar. Das sollte sich dringend ändern.“



Cathy Kunze,
Projektmanagerin Interne
Unternehmenskommunikation

„Unsere über 700 Mitarbeiter draußen, die nicht in der Zentrale tätig sind, haben ebenfalls ein Anrecht darauf, Informationen zu erhalten und sich auch gegenüber der Geschäftsleitung und Zentrale äußern zu können und Input zu geben. Das wollten wir mit Beekeeper erreichen.“

Mit einer E-Mail an die Filiale konnte nicht sichergestellt werden, dass wirklich jeder Mitarbeiter die gesendeten Informationen erhielt. Die Erreichbarkeit aller Mitarbeitenden (auch der gewerblichen) war also eine dringende Herausforderung für die neue digitale Form interner Kommunikation über eine mobile Plattform.



Mitarbeitende von BUTLERS sollten künftig nicht nur umfassend mit Unternehmensinformationen versorgt werden, sondern genauso die Möglichkeit haben, untereinander und auch mit der Geschäftsleitung zu kommunizieren und Feedback zu geben. Vor der Einführung von Beekeeper war für Angestellte auf der Verkaufsfläche bei Fragen oder Anregungen in erster Linie die Filialleitung der Ansprechpartner. Zwar konnte auch die Zentrale kontaktiert werden, aber viele Mitarbeiter waren sich nicht sicher, an wen sie sich wenden sollten. Und Antworten konnten oft nicht direkt an den Fragenden zurückgegeben werden. Die neue digitale Plattform sollte also über zweiseitige Kommunikation verfügen, sodass auch bottom-up Informationen aus den Filialen und der Logistik an die Geschäftsführung und Zentrale gelangen konnten. **Jedem Teammitglied sollte somit die Gelegenheit gegeben werden, sich stärker mit der eigenen Fachkompetenz einzubringen und aktiver am Unternehmen teilnehmen zu können.**

Bei allen Entwicklungen, Verbesserungen und dem Streben nach Exzellenz, ist es BUTLERS immer wichtig gewesen, Fehler zuzulassen und aus ihnen zu lernen. Das Unternehmen reagiert sehr schnell auf neue Situationen am Markt und ist oft als Vorreiter in der Branche vorangegangen. Wenn Schnelligkeit und Flexibilität gefragt sind, ist Perfektion nicht immer möglich.

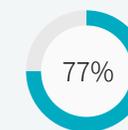
Daher wird jedem Mitarbeiter zugestanden, Fehler zu machen, um daran zu wachsen und aus ihnen zu lernen. Um diese Kultur zu festigen, ist es entscheidend, dass Manager mit gutem Beispiel vorangehen. Nur dann können auch die Mitarbeiter nach und nach mitziehen und haben das Gefühl, dass diese Kultur tatsächlich ernst gemeint ist. Genau das sollte bei BUTLERS auf der Mitarbeiter-App Beekeeper passieren.



Rund
120
Filialen in
ganz Europa



Ca.
800
Mitarbeiter in
Region DACH

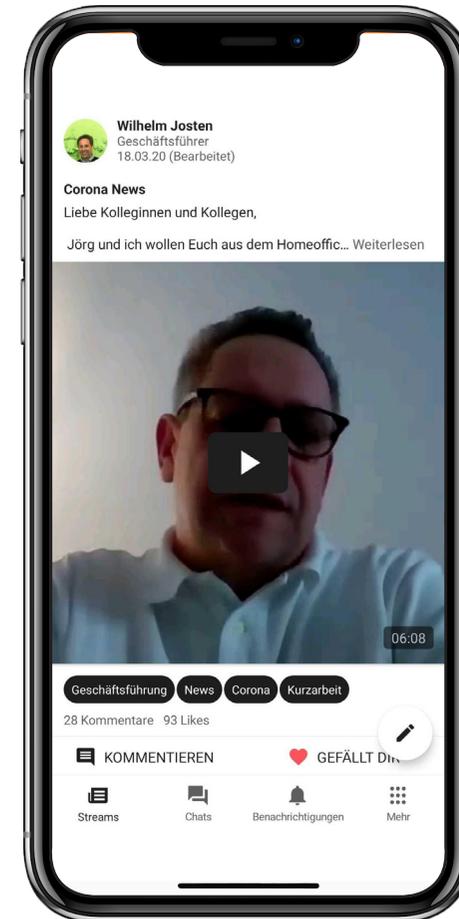


Ca.
77
Prozent
gewerbliche
Mitarbeiter



Der Beekeeper-Effekt

Entsprechend wurde die neue Plattform zur internen Kommunikation von Anfang an von der Geschäftsführungsebene genutzt. Jörg Funke und Wilhelm Josten nutzten das neue Tool, um eine Videobotschaft zu Weihnachten an alle Mitarbeitenden zu senden. Am Schluss verhaspelten sie sich und das Video endete in einem herzlichen Gelächter der Geschäftsführung über ihren eigenen Fehler. Das Video wurde trotzdem hochgeladen, um dem Team zu zeigen: Es kann nicht immer perfekt sein und auch die Chefs können mal über sich selbst lachen. Gleichzeitig wurden mit dem Video Maßstäbe zur Kommunikation untereinander gesetzt: Auch wenn es um den Arbeitskontext geht, soll hier eine lockere Atmosphäre herrschen, damit sich alle öffnen können. Dieser Plan der Geschäftsführung ging voll auf. Seit dem Einsatz der Mitarbeiter-App, die Zugriff für alle ermöglicht, melden sich auch Angestellte aus den Filialen und der Logistik zu Wort. **Offene Kommunikationswege schaffen den Austausch, den sich Mitarbeitende vorher mitunter nicht getraut haben.** Ist beispielsweise ein Produkt, das in eine Filiale geliefert wird, beschädigt, können Mitarbeiter einfach ein Foto mit dem Smartphone machen und es an den Einkauf weiterleiten. So schnell und unkompliziert wie mit Beekeeper war das vorher nicht denkbar. Auch die Leitung und das Team der Logistik sind durch die digitale Plattform für alle Mitarbeiter ansprechbar geworden und können selbst einfacher Input geben.





Zufriedene Mitarbeiter, zufriedene Geschäftsführung

Seit Einführung der App sind rund 80 Prozent der Belegschaft als Nutzer aktiv. Die Kommunikationsabteilung, die das Projekt zur Implementierung gemeinsam mit der Leitung des Vertriebsinnendienstes übernommen hat, ist zufrieden. Während vor der Einführung von Beekeeper Umfragen an das Team nur von etwa 100 Mitarbeitenden beantwortet wurden, konnte diese Zahl mit Einsatz der App schon nach kurzer Zeit verdreifacht werden. Aber nicht nur die Antwortquote wurde wesentlich verbessert, auch die Durchführung wurde durch die App vereinfacht.



80%

Aktive Nutzer



3x

höhere Antwortquote
auf Umfragen



Meral Kamci,

Leitung Vertriebsinnendienst

„Wir erreichen jetzt viel mehr Mitarbeiter und diese können viel einfacher und schneller teilnehmen, da direkt über Beekeeper versendet und ausgewertet wird. Das erhöht bei allen die Motivation und den Spaß und führt schnell zu aussagekräftigen Ergebnissen.“



Die Einführung neuer Arbeitsabläufe bei BUTLERS läuft mittlerweile auch über den neuen Kommunikationsweg. Neue Kassensysteme für die Filialen wurden mit Video-Anleitungen erklärt. Die Verfügbarkeit auf dem eigenen Smartphone und simple Umsetzung erleichterte auch älteren Mitarbeitern die Einarbeitung ins System. Angst vor neuen Technologien kann so in der gesamten Belegschaft abgebaut werden. Ein entscheidender Vorteil bei der Einführung der Kassensysteme war die direkte Verbindung zum IT-Support über Beekeeper. So konnte im laufenden Geschäft sofort über Probleme informiert werden, die dann schnellstmöglich gelöst wurden. Dank Beekeeper wurde die Umstellung der Kassensysteme im laufenden Geschäft möglich.

Ein weiteres Beispiel dafür, wie BUTLERS mit Beekeeper erfolgreicher werden kann, zeigt das Weihnachtsgeschäft 2019. Während bisher jährliche Events mit allen Filialleitern stattfanden, zu denen gezeigt wurde, wie die entsprechenden Saison-Tische aussehen sollten, geht das nun vereinfacht als Videobotschaft. Darin wird erklärt, was wo steht und warum welche Trends wichtig sind. Vorteil: So erhalten alle Mitarbeiter, egal ob Aushilfe in

der Filiale oder Führungskraft in der Zentrale, die gleichen Informationen und können die Botschaften an die Kunden weitertragen. Die Videos bleiben auf der Plattform und sind auch später abrufbar, falls ein Detail erneut angeschaut werden will. **Nicht nur die Markenbotschaft kann auf diese Weise effizienter verbreitet werden, sondern BUTLERS spart auch Event- und Reisekosten. Zudem sparen sich die Filialleiter, vor allem aus entfernt liegenden Regionen, wertvolle Zeit, die sonst für An- und Abreise benötigt wird.**





Noch mehr Potenzial

Natürlich ist dem Familienunternehmen persönlicher Kontakt nach wie vor wichtig, weshalb dieser durch die neue App nicht wegfallen soll. Gleichzeitig ermöglicht die App einen Austausch unter den verstreuten Kollegen und Kolleginnen, den es vorher nie gegeben hätte – und unterstreicht damit den familiären Charakter von BUTLERS.

In verschiedenen Streams finden Mitarbeiter Infos zu den Themen, die sie benötigen. Es gibt einen Stream für alle Filialen, einen für die Logistik und einen für jeden Verkaufsleiter, deren Gebiete nach Regionen aufgeteilt sind. Zusätzlich gibt es BUTLERS Talk für alle, wo Informationen aus der Zentrale geteilt werden, aber auch Filial- und Logistikmitarbeiter relevante Infos für alle posten können.



Cathy Kunze,
Projektmanagerin Interne
Unternehmenskommunikation

„Am stärksten genutzt werden die Filial-Streams, in denen wichtige Informationen und Anfragen zum Tagesgeschäft wie z.B. zu Artikeln, Marketingaktionen oder aktuell den neuen Kassen gepostet werden. Beliebt ist auch unser BUTLERS Talk, wo Zentrale und Geschäftsführung strategische Informationen weitergeben.“





Schnelle Reaktion während Corona

Der Informationsaustausch wurde besonders kürzlich während der Corona-Zeit relevant. Filialen mussten zum Schutz vor Infektionen geschlossen werden, Mitarbeiter kamen in Kurzarbeit. Um trotzdem alle auf dem Laufenden halten zu können, war die App Gold wert, die als einziger Kanal für den Informationsfluss genutzt wurde. In Video-Botschaften und FAQs klärten die Geschäftsführer persönlich über die Lage auf. Über einen neuen Stream konnten alle Mitarbeiter aus ihrem Alltag in den eigenen vier Wänden berichten und zeigten beispielsweise eigene BUTLERS-Artikel aus vergangenen Sortimenten. So rückte die Belegschaft trotz fehlender physischer Zusammenarbeit trotzdem enger zusammen. Gleichzeitig konnten sich die Mitarbeiter für einen guten Zweck engagieren, indem zu Ostern Deko-Artikel aus den geschlossenen Filialen für soziale Einrichtungen vor Ort gespendet wurden. Die Aktion hatte die Geschäftsführung initiiert, um eine Freude zu bereiten und die nicht verkaufte Ware trotzdem unter die Leute zu bringen. Insgesamt führte die Zeit der Corona-bedingten Filialschließung zu mehr Aktivität auf der Plattform, die nachhaltig bestehen bleiben wird.

Künftig soll zudem auch die Einarbeitung neuen Personals über die App funktionieren, um so noch schneller und effizienter zu werden. Außerdem sollen auch neue Teammitglieder auf diese Weise direkt „an Bord“ geholt werden. **Ziel soll es sein, dass Mitarbeiter nach einer Woche auf der Plattform aktiv sind.** Hilfreich dafür ist die Nutzung als soziales Medium, wie es die BUTLERS-Mitarbeiter schon betreiben. Kollegen und Kolleginnen tauschen sich hin und wieder auch über nicht ganz arbeitsbezogene Dinge aus und nutzen die Chat-Funktion. Auch herzliche Nachrichten wie ein *Happy new year!* steigern das Zugehörigkeitsgefühl und die Mitarbeiterbindung verstreuter Belegschaften.

Über Beekeeper

Beekeeper ist eine mehrfach ausgezeichnete Kommunikationsplattform, die dabei hilft, den Arbeitsplatz von Mitarbeitern auf der Fläche zu digitalisieren. Unsere Mission besteht darin, diejenigen Menschen zu verbinden, die zuvor von der internen Kommunikation im Unternehmen weitgehend ausgeschlossen waren. Beekeeper macht Mitarbeiter über Standorte und Abteilungen hinweg in Echtzeit erreichbar und integriert bestehende IT-Systeme und Kommunikationskanäle auf einer sicheren Plattform. Unser smartes Dashboard hilft dabei, bessere Entscheidungen zu treffen und Prozesse zu optimieren. Beekeeper ist bei Mitarbeitern in mehr als 130 Ländern als mobile Kommunikationsplattform im Einsatz. Zu unseren Kunden zählen Unternehmen wie Media Markt, Leffers oder Globus. Neben dem Hauptsitz in Zürich ist Beekeeper mit Standorten in San Francisco, Berlin und London vertreten.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beekeeper.de.

