

# Zwopr Implementierung - KPI nach 8 Monaten



## Vorwort

In diesem Dokument präsentieren wir Ihnen die Case Study von Tilke, einem dynamischen und weltweit agierenden Ingenieurbüro. Mit Standorten in Aachen und Olpe, Deutschland, steht Tilke für Innovation und Expertise. Was jedoch fehlte, war ein digitales Zuhause für die

Unternehmenskultur der projektbedingt weltweit verstreuten Belegschaft. Acht Monate nach Implementierung von Zwopr zeigen sich beeindruckende Metriken bei Tilke, auf welche wir nachfolgend näher eingehen werden.

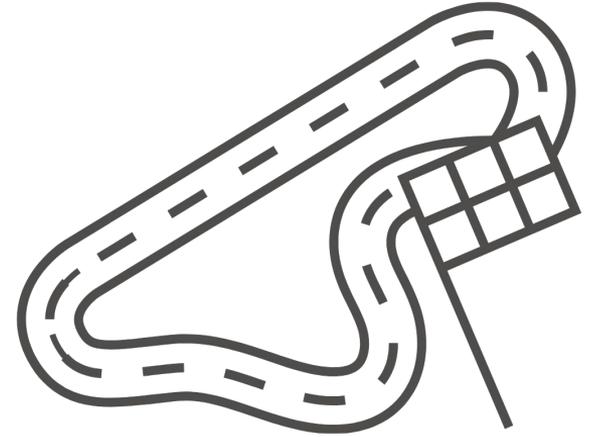


## Ausgangssituation

Inmitten des rasenden Tempos und der globalen Reichweite, die die Planung und Realisierung von Rennstrecken mit sich bringt, begegnet Tilke als Ingenieurbüro einer ganz eigenen Kurve: der Herausforderung, eine lebendige Unternehmenskultur über zwei deutsche Standorte in Aachen und Olpe sowie zahlreiche internationale Projekte hinweg zu pflegen. Die Teams von Tilke, oft unterwegs und verstreut über diverse Baustellen, suchten nach einer Möglichkeit, Verbindungen zu stärken und die wertvollen Momente ihres Berufsalltags zu teilen – ein virtuelles Zuhause für die Unternehmenskultur, das die Distanz zwischen den Welten überwindet.

Ideale Voraussetzungen für Zwopr als innovative Plattform, die speziell als Antwort auf das Bedürfnis nach stärkerem Zusammenhalt und gemeinschaftlichem Erleben konzipiert wurde. Die Ergebnisse, die Tilke dabei in nur acht Monaten erzielte, sprechen für sich: Alle 100 Mitarbeiter sind eng in die Plattform eingebunden, die Konversionsrate erreicht beeindruckende 100%, während die Beiträge in diversen thematischen Feeds von den täglichen Unternehmungen bis hin zu den persönlichen Meilensteinen der Mitarbeitenden reichen.

Diese Case Study beleuchtet nicht nur die erkennbaren Verbesserungen im Bereich des

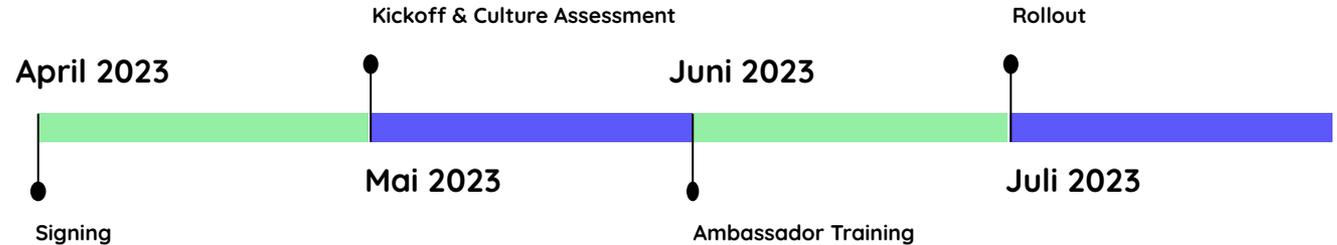


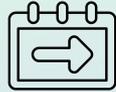
Mitarbeiterengagements durch quantitativ messbare KPIs. Sie zeigt auf, wie Tilke eine Digitallösung gefunden hat, die den Geist der Zusammenarbeit fördert, die Verbundenheit stärkt und jedem Teammitglied, unabhängig von dessen Standort, eine Stimme gibt.

Begleiten Sie uns auf der Entdeckungsreise durch die Facetten dieser Transformation, die verdeutlicht, welchen positiven Einfluss ein ganzheitliches System wie Zwopr auf Kultur, Gemeinschaft und das kollektive Erleben eines Unternehmens haben kann.

## Timeline

Nach Unterzeichnung der schriftlichen Vereinbarung fand Anfang Mai das Kickoff-Meeting statt. Von hier bis zum Going-Live für alle Mitarbeiter lagen dank der schlanken Prozesse seitens Zwopr und der konstruktiven Mitarbeit von Tilke gerade einmal 11,5 Wochen.



11.5   
Weeks until rollout

8   
1:1 Sessions

3   
Meetings

# 1. Monat

## Mitarbeiterbefragung

Die Implementierung von Zwopr beginnt stets mit dem Culture Assessment, einer anonymen Mitarbeiterbefragung, bei der neben Hobbies auch die individuelle Sichtweise auf wichtige Themen der Unternehmenskultur abgefragt werden. Gleichzeitig können Teilnehmer ihre Mailadresse hinterlassen, wenn Sie Interesse an einer Botschafterrolle im Unternehmen haben, um sich aktiv an der Entwicklung der Unternehmenskultur zu beteiligen. Bei Tilke kristallisierten sich neben den Basics DNA Topics, Tech News und Reisen 13 weitere Tophemen heraus, die stärker gefördert werden sollen:

## 13 Tophemen (>60%)

1. Erfahrungsaustausch fördern
2. Teamerfolge feiern
3. Gemeinsame Ausflüge
4. Verbesserung der Work-Life Balance
5. Vereinbarkeit Beruf und Familie fördern
6. Fun- und Socializing Angebote
7. Regelmäßige Come Together Formate
8. Gemeinsame sportliche Aktivitäten
9. Jubiläen zelebrieren
10. Gesunde Ernährung unterstützen
11. Welcome Events für neue Kolleg\*innen
12. Nachhaltigkeitsbewusstsein fördern
13. Female Empowerment

56%   
Participants

3+13   
Topics

20   
Candidates



# 2. Monat

## Aufstellen der Botschafter

Nach der Auswertung des Assessments durch das Zwopr Team und der gemeinsamen Nachbesprechung, wurden schließlich unter allen Bewerbern für eine Botschafterrolle diejenigen Kandidaten ausgewählt, die gemeinschaftlich den demokratisch gewünschten Themen-Mix ideal abbilden und bespielen können. Schließlich stand ein Team mit 8 Botschaftern sowie 6 weiteren Content Kreatoren fest. Während die Botschafter nach einem gemeinsamen Kickoff Meeting mit ihrem Learning über die Zwopr Academy starteten, wurden gleichzeitig die Culture- und DNA-Themen bei Tilke so geclustert, dass es möglich ist, alles in 8 verschiedenen Feeds auszuspielen.

## Clustern der Themen für Feeds

Hierfür wurde vom Zwopr Team Mural als Tool zur Verfügung gestellt, da es so möglich ist, von verschiedenen Orten aus in einer Remote Sitzung auf spielerische Weise gemeinsam zu brainstormen, ordnen und sortieren.



16



Topics

8



Topic Feeds

8

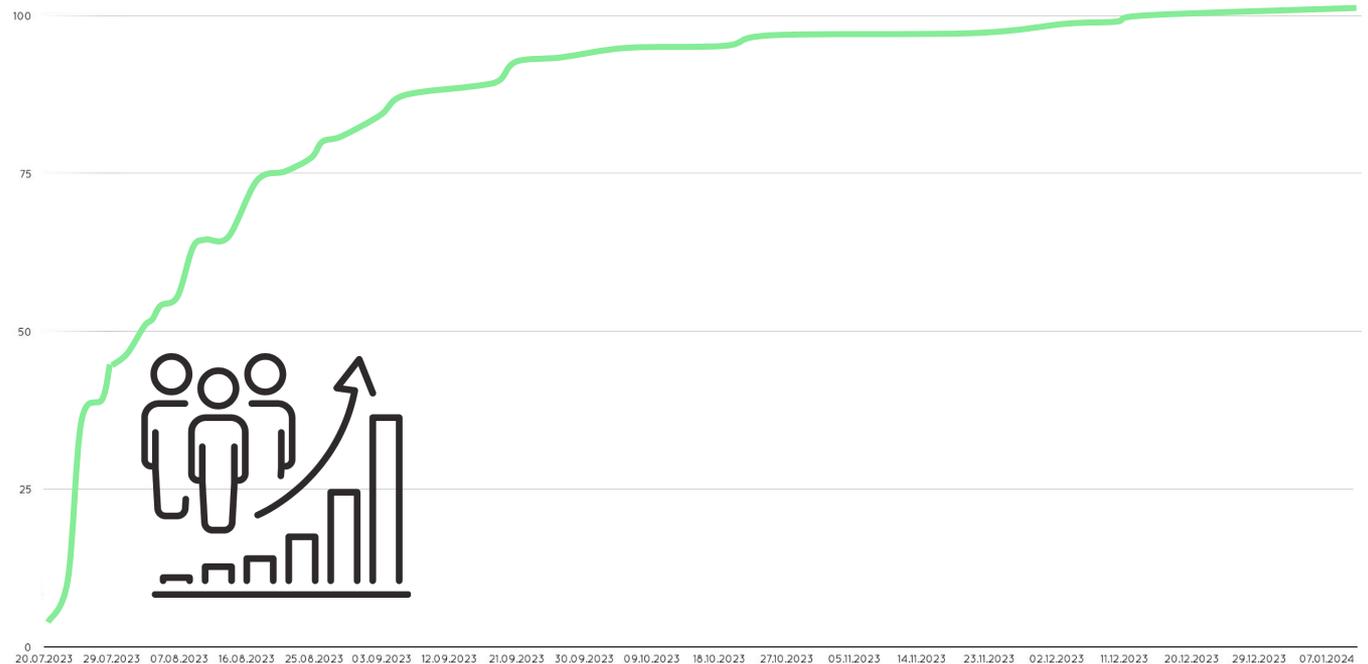


Ambassadors

**3.**  
Monat

## User Conversion Timeline

Der Startschuss für den Rollout bei der gesamten Belegschaft war der 20. Juli 2023. Nur vier Wochen später, am 20. August 2023, waren bereits 75 Prozent der Mitarbeiter der Plattform beigetreten.



**8.**

**Monat**  
Livebetrieb

**8.708**

Euro total invest

**100**



Employees

**8**



Ambassadors

**8**



Topic Feeds

**100%**



Conversion Rate

**127**



Posts

**23**



Video Posts

**3.625**



Impressions

**1.198**



Reactions

**90**



Comments

**36**



Impressions/User

**12**



Reactions/User

**0.7**



Comments/User

## 100% Mitarbeiterbeteiligung

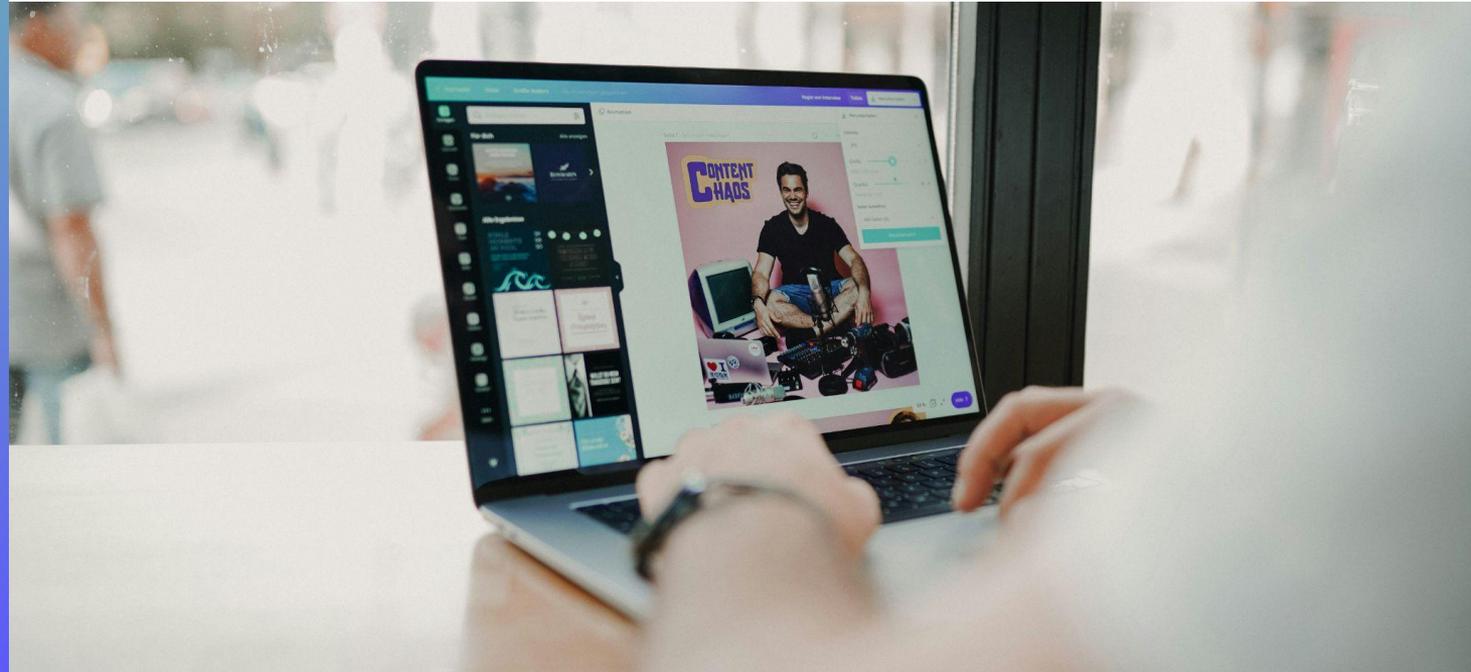
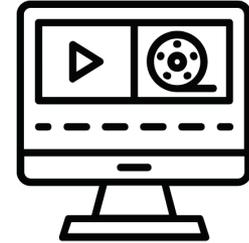
Wenn sich alle 100 Mitarbeiter an der Initiative beteiligen, deutet dies darauf hin, dass eine universelle Akzeptanz und Mitwirkung an der Unternehmenskultur und Kommunikation vorhanden ist.

**100% Konversionsrate:** Dies bedeutet, dass jeder Mitarbeiter, der der Initiative ausgesetzt war, sich auf irgendeine Weise damit beschäftigt hat, was sehr erfolgreiche Reichweiten- und Adoptionsraten widerspiegelt.



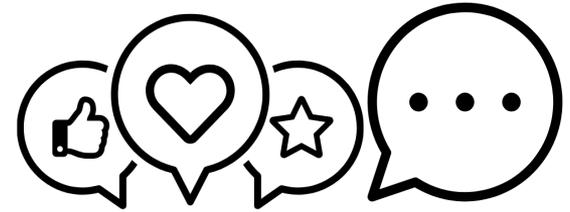
## Beiträge und Inhaltskreation

Mit 127 Beiträgen, darunter 23 Video-Posts, sind die Mitarbeiter nicht nur Konsumenten von Inhalten, sondern erstellen auch aktiv welche, was auf eine dynamische und partizipative Gemeinschaft hindeutet.



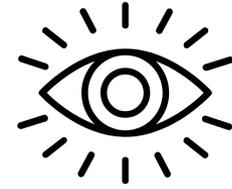
## Reaktionen und Kommentare

Die hohe Anzahl an Reaktionen (1.198) und Kommentaren (90) auf die Beiträge zeigt an, dass die Mitarbeiter nicht nur passiv Inhalte lesen; sie interagieren damit durch Likes, Shares und Kommentare, was ein starkes Zeichen für ein engagiertes Mitarbeiterfeld ist.



## Impressionen

Über 3.625 Impressionen deuten darauf hin, dass der erstellte Inhalt eine signifikante Sichtbarkeit im gesamten Unternehmen erhält.



## Botschafter

Die Präsenz von 8 Botschaftern zeigt, dass es engagierte Personen gibt, die sich dafür einsetzen, das Engagement zu fördern und die Unternehmenskultur zu stärken.



## Analyse der Topic Feeds

Die Verteilung und Anzahl der Beiträge in den verschiedenen Topic Feeds bei Tilke liefern wertvolle Einblicke in die Interessen und das Engagement der Botschafter und Mitarbeiter.

**Engagement bei Unternehmenskultur:** Mit 17 Beiträgen im Feed "DNA Topics" wird deutlich, dass Botschafter und Mitarbeiter sich mit den Kernwerten und der Identität des Unternehmens auseinandersetzen. Dies ist ein positiver Indikator für das Bewusstsein und die Identifikation mit der Unternehmenskultur.

**Bevorzugtes Kommunikationsmittel:** Der "Travel" Feed ist mit 52 Beiträgen der aktivste, was darauf hindeutet, dass Reisen ein wichtiger Teil der Arbeit bei Tilke ist und die Mitarbeiter gerne ihre Erfahrungen und Erkenntnisse teilen.

**Soziale Aspekte am Arbeitsplatz:** 13 Beiträge im Feed "Staff" zeigen, dass persönliche und soziale Ereignisse wie Geburtstage und Hochzeiten gefeiert und anerkannt werden, was zur Entstehung einer Gemeinschaft und eines guten sozialen Arbeitsumfelds beiträgt.

**Unternehmensevents:** Mit 6 Beiträgen zu "Events" könnte dies ein Bereich sein, in dem entweder weniger passiert oder in dem weniger Engagement auf der Plattform stattfindet. Es

könnte interessant sein, zu erforschen, warum dieser Bereich weniger aktiv ist.

**Freizeit und Sport:** 22 Beiträge in "Leisure & Sports" zeigen, dass Initiativen für Work-Life-Balance regelmäßig gefördert werden und dass solche Aktivitäten eine Rolle für das Engagement und Wohlbefinden der Mitarbeiter spielen.

**Gesundheit und Ernährung:** Der Feed "Health & Nutrition" mit 5 Beiträgen zeigt ein gewisses Maß an Interesse am Thema Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz. Dies könnte jedoch ein Bereich sein, in dem mehr Engagement gefördert werden könnte.

**Technologische Entwicklungen:** Mit 4 Beiträgen bei "Tech News" scheint dieses Thema weniger Rückenwind zu erhalten, was entweder geringeres Interesse oder weniger Aktivität in diesem Bereich widerspiegeln könnte.

**Fazit:** Aus diesen Informationen kann abgeleitet werden, welche Bereiche des Unternehmenslebens von den Botschaftern intensiv gefördert werden. Insbesondere könnten Initiativen, die das soziale Miteinander und die persönliche Entwicklung unterstützen, weiter ausgebaut werden, um die Beteiligung und das Wohlbefinden der Mitarbeiter zu steigern.

## Fazit

Insgesamt spiegeln diese Datenpunkte eine aktive, engagierte Mitarbeiterbasis wider, die sich mit dem Unternehmen verbunden fühlt und an gemeinsamen Kommunikations- und Kulturbildungsaktivitäten teilnimmt.



## Tilke Feedback

In diesem exklusiven Interview teilt Johannes Hogrebe, Prokurist bei Tilke Engineers & Architects, seine Erfahrungen mit Zwopr.



**Johannes Hogrebe**  
Prokurist bei Tilke GmbH & Co. KG



## Zwopr Erfolgselemente

Wir performen für Sie durch ein einzigartiges Zusammenspiel unserer sechs Erfolgselemente: Für gezieltes Engagement, das Ihre Ressourcen schont.



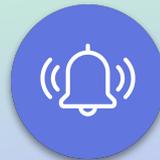
**Prozesse**



**Culture Assessment**



**Ambassador Academy**



**Employee Plattform**



**Success Team**



**Reviews & Coachings**



## Kontakt

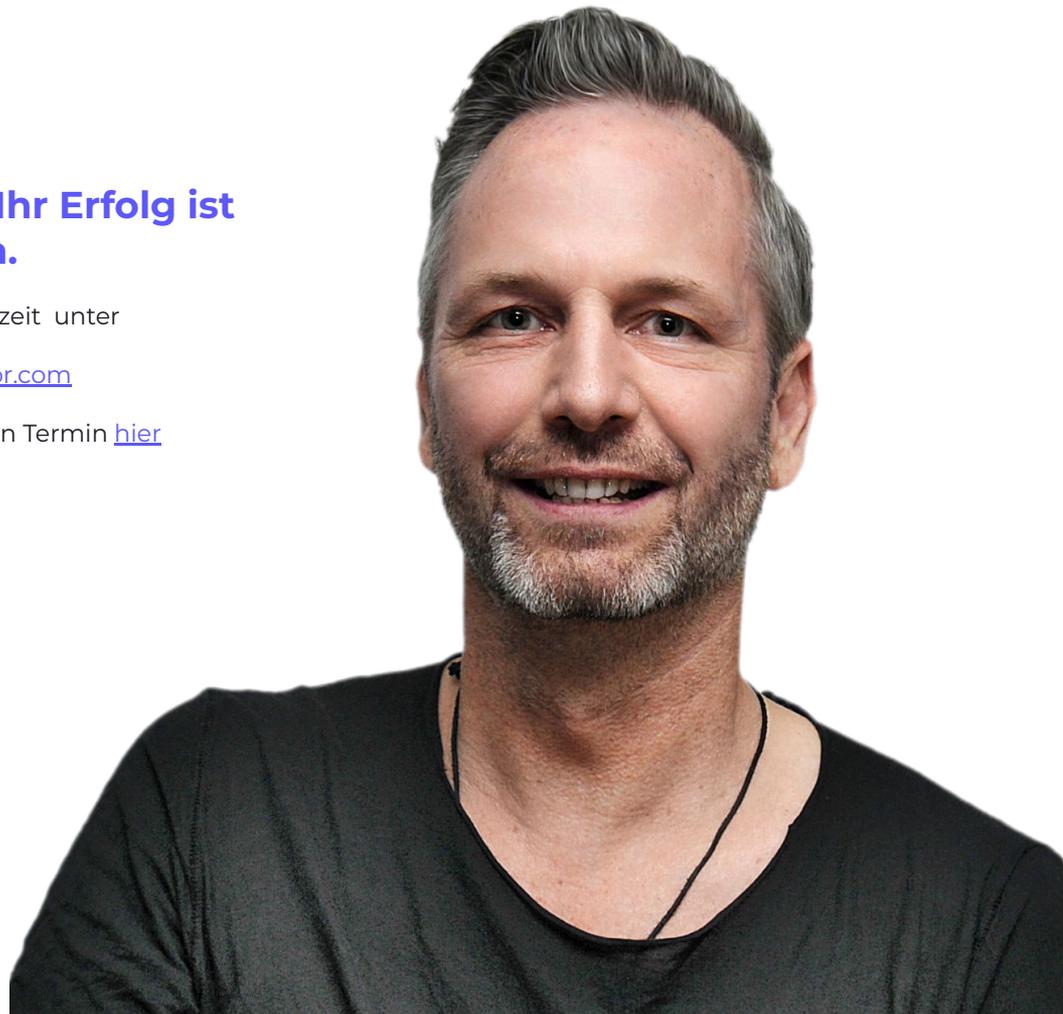
Ich bin für Sie da. **Ihr Erfolg ist meine Motivation.**

Kontaktieren Sie mich jederzeit unter  
**+49 171 698 08 74**  
sowie unter [christian@zwopr.com](mailto:christian@zwopr.com)

Oder buchen Sie direkt einen Termin [hier](#)

### **Christian Ebert**

Mitgründer und Chief  
Product Officer





# Kontakt

Ich bin für Sie da. **Ihr Erfolg ist meine Motivation.**

Kontaktieren Sie mich jederzeit unter  
**+49 157 543 728 01**  
sowie unter [robert@zwopr.com](mailto:robert@zwopr.com)

Oder buchen Sie direkt einen Termin [hier](#)

**Robert Stockbauer**  
Expert for Employee Engagement

