

Projektmanagement in der Praxis (Praxisprojekt im Rahmen der Vorbereitung auf das Basiszertifikat IPMA Projektmanagement der Deutschen Gesellschaft für Projektmanagement/GPM)

Projektaufgabe 3: HAMBURG WASSER - Entwicklung von Handlungsempfehlungen für die digitale Kundenkommunikation

Beschreibung des Unternehmens:

HAMBURG WASSER ist das städtische Unternehmen für Wasserver- und Abwasserentsorgung in Hamburg. Mit rund 2000 Mitarbeitern ist HAMBURG WASSER dabei in erster Linie den Interessen der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) und ihrer Bürgerinnen und Bürgern verpflichtet. Im Jahr 2006 wurden die Hamburger Wasserwerke GmbH (HWW) und die Hamburger Stadtentwässerung (HSE) zum Gleichordnungskonzern HAMBURG WASSER (HW) zusammengeführt und bieten ihre Dienstleistungen nicht nur in der FHH, sondern darüber hinaus in der Metropolregion Hamburg an. Der Konzern versorgt damit rund 3 Millionen Menschen mit bestem Trinkwasser und ist für deren Abwasserentsorgung zuständig.

Problem-/ Projektbeschreibung:

Jährlich versorgt HAMBURG WASSER seine Kunden, mehr als 3 Millionen Menschen, mit hoch qualitativem Trinkwasser. Daraus ergeben sich ca. 750.000 KundenInnen, wenn man die Versorgung in der Abrechnung betrachtet. Zu den Aufgaben unseres Unternehmens gehört auch die Kundenbetreuung, die eine sehr vielseitige Unterstützung beinhaltet. In dem vergangenen Jahr 2018 hat der Kundenservice von HAMBURG WASSER ca. 0,5 Millionen Poststücke und Anrufe bearbeitet.

Eine Digitalisierung der Kommunikation mit den KundenInnen könnte die Kundenzufriedenheit erhöhen, beispielsweise indem

- ✓ die KundenInnen einen permanenten Zugriff auf die eigenen Daten haben
- ✓ einen digitalen Ansprechpartner (wie Chatbot) für sie 24/7 erreichbar wäre
- ✓ ein prädiktives Warn-Infosystem (z.B. über Rohrbrüche) in Anspruch nehmen könnten, das Fragen beantwortet bevor diese gestellt werden.

Wasserversorgungsunternehmen sind nicht die Pioniere im Thema digitale Kundenkommunikation. Andere Unternehmen der Branchen Telekommunikation, Banken und Onlinehandel sind fortschrittlicher. Jedoch kommt das Thema auch bei uns an. Bereits vor drei Jahren hat HAMBURG WASSER im Rahmen der Kundenbetreuung mehrere Angebote für erste Schritte in der digitalen Kundenkommunikation entwickelt: KundenPortal, BusinessPortal, etc. 1/3 unserer KundenInnen führen mit uns eine digitale Kommunikation. Wir möchten mehr erreichen und führen zurzeit viele Maßnahmen durch.

Einbezogene Funktionsbereiche:

- F&E Marketing Marktforschung Sales Management Controlling
 Personalentwicklung Finanzen Logistik Qualitätsmanagement IT

Aufgaben im Projekt

- Status Quo der digitalen Kundenkommunikation der Wasserversorger in Deutschland analysieren: Publikationen im Internet zum Thema recherchieren, Internetseiten von 3-4 Wasserversorgern analysieren und vergleichen (falls notwendig, werden die Kontakte zu den Wasserversorgern von HAMBURG WASSER geliefert)
- Der Digitalisierungsgrad der Kundenkommunikation der Wasserversorger soll mit den Unternehmen anderer Branchen verglichen werden: Die Webseiten von Banken (z.B. DiBaDu), Online Handel, sollen analysiert werden, so sollen die Markttendenzen festgestellt werden
- Aufzeigen von technischen Möglichkeiten (z.B. Chatbots) und Researchprojekten in Richtung Robotik, Künstliche Intelligenz. etc. Brainstorming: Wie könnte die Kundenkommunikation in 10 Jahren aussehen?
- Befragung von HAMBURG WASSER KundenInnen (Kontakt wird hergestellt und Fragebogen wird in Zusammenarbeit erstellt). Im Mittelpunkt stehen die Erfahrungen und Erwartungen der digitalen Kundenkommunikation.

Ziel

Analyse der digitalen Kundenkommunikation und Entwicklung von Handlungsempfehlungen auf Grundlage der Rechercheergebnisse (Benchmarking). Kenntnisse zu den Erwartungen und Erfahrungen der KundenInnen.

Wir sind überzeugt, dass von den Ergebnissen des Projektes nicht nur die Teilnehmer des Projektes und HAMBURG WASSER, sondern auch die Menschen in Hamburg profitieren werden. In diesem Fall ist das Projekt gelungen.

Zielgruppe

Wir wünschen uns ein gemischtes Team aus IT, Kommunikation, Marktforschung und Media Wissenschaften. Alle Studenten die ein Interesse an dem Thema haben – sind sehr willkommen. Besonders interessant ist das Projekt für Studierende der Fachrichtungen Informatik, Medien und Information, Informations- und Kommunikationstechnik, Außenwirtschaft/Internationales Management, Marketing und TBWL, Kommunikation, Marketing und Vertrieb.