



# Die Genossenschaft als Dienstleisterin

Mit dem „Mein HANSA-Service“ hat die Baugenossenschaft eine zentrale Anlaufstelle für alle Anliegen geschaffen. Bis heute wurden mehr als 50 000 Mitgliederanfragen, Beschwerden oder Schadensmeldungen dadurch kundennah bearbeitet.

VON ANDREA FELDMANN

**Hamburg.** Wie die digitale Transformation zum Leitgedanken einer Genossenschaft passt, zeigt die HANSA Baugenossenschaft eG mit ihrer Digitalisierungsstrategie im Bereich der Kommunikation mit ihren Mitgliedern und Interessenten. Sie hat gemeinsam mit ihrem Digitalisierungspartner, der immo-portal-services GmbH, die Prozesse in diesem Bereich optimiert, und mit dem „Mein HANSA-Service“ eine zentrale Anlaufstelle für alle Anliegen geschaffen.

Im Jahr 2025 wird die HANSA Baugenossenschaft eG auf eine 100-jährige Geschichte zurückblicken und kann dann mit Stolz sagen, den Kerngedanken einer Genossenschaft stets zu leben. Eine Vielzahl von Projekten, die der Zufriedenheit der Mitglieder dienten, wurden erfolgreich umgesetzt.

Die Bedürfnisse der Menschen, die in den Wohnungen der HANSA ein Zuhause gefunden haben, stehen im Arbeitsalltag der Genossenschaft im Vordergrund. Die Dienstleistungsorientierung ist nach der „reinen“ Versorgung mit Wohnraum inzwischen zu einem Wesensmerkmal der Genossenschaft geworden.

## Das Projekt „HANSA 2000“

Dieses Bewusstsein und die Notwendigkeit, sich zu einem modern organisierten Unternehmen zu entwickeln, finden sich im Projekt „HANSA 2020“ wieder, das in den vergangenen zehn Jahren umgesetzt und dabei immer wieder angepasst wurde. Im Fokus des Optimierungsprozesses standen die Verbesserung, die Vernetzung und Erhöhung der Transparenz von innerbetrieblichen Abläufen.

Um Klarheit über die Bedürfnisse und Ansprüche der Mitglieder zu bekommen, wurden Wohnzufriedenheitsanalysen durchgeführt. Eine wesentliche Erkenntnis: Die Genossenschaftsmitglieder wünschen sich eine zentrale Anlaufstelle für alle Anliegen. Damit sollen eine gute Erreichbarkeit und eine umgehende Bearbeitung gewährleistet werden.

## Zum Ziel geht es nur digital

Rasch war klar, dass zentrale Aufnahme und transparente Bearbeitung von Mitgliederanliegen und die damit verbundene Erhöhung der Erreichbarkeit nicht ohne digitale Werkzeuge funktionieren wird. Bei der Suche nach einem Tool, das die Erfassung von Kundenanliegen und die Auftragsvergabe an Handwerksbetriebe sowie den Regiebetrieb abbilden kann, trafen sich die Wege der HANSA und der immo-portal-services GmbH.

Die beiden Unternehmen haben viel gemein. Neben dem starken Interesse an Umweltschutz und Nachhaltigkeit sind sie vom Wandel der Wohnungswirtschaft von der reinen Wohnraumverwaltung zu service-orientierten Dienstleistungsunternehmen mit Innovation geprägt.

Der Wunsch der HANSA nach mehr Servicefreundlichkeit und Servicequalität für Mitglieder und Interessenten mündete in der Entscheidung, das Kundenmanagementtool von immo-office – eine webbasierte Lösung für das komplette Kommunikationsmanagement – zu nutzen.

Unter „Mein HANSA-Service“ ist das immo-office-Kundenmanagementtool seit 2013 im Einsatz. Es ermöglicht den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine transparente und strukturierte Bearbeitung von Mieteranliegen.

Im Vordergrund steht die Anforderung, dass die Anliegen möglichst im Erstkontakt zur Zufriedenheit aller Beteiligten erledigt oder qualifiziert erfasst und aus dem System heraus in die jeweiligen Fachbereiche delegiert werden. Bescheinigungen oder Genehmigungen können direkt per E-Mail versandt werden.

In Verbindung mit dem Instandhaltungstool von immo-office können aus einer Kundenanfrage heraus, Aufträge generiert und gegebenenfalls Handwerker beauftragt werden. Durch die mobile Verfügbarkeit der Lösung können diese deutlich schneller und effizienter agieren.

## Die smarte Art der Kommunikation

Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind mit einem Klick zu einzelnen Mietverhältnissen im kaufmännischen wie im technischem auftragsbezogenen Bereich auskunftsfähig und können den Bearbeitungsstand des aktuellen Anliegens mitteilen.

Erweitert und komplettiert wurde das System durch die Computer-Telefonie-Integration (kurz CTI) mit dem Ergebnis, dass bereits bei eingehendem Anruf der entsprechende Mieter und die dazugehörigen wesentlichen Vorgänge dargestellt werden.

So kann das Kundenmanagement auch in Vertretungssituationen ohne umfangreiche Recherche unmittelbar agieren und effektiver arbeiten. Dieser Mehrwert, verbunden mit der intuitiven Bedienbarkeit des immo-office Kundenmanagements, führte dazu, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Tool rasch akzeptierten.

Bis heute wurden gut 50.000 Mitgliederanfragen, Beschwerden oder Schadensmeldungen durch das Unternehmen gesteuert, mit jährlich steigender Tendenz. Gleichzeitig liegt die telefonische Erreichbarkeit der zentralen Rufnummer des „Mein HANSA-Service“ bei stetig mehr als 90 Prozent.

Die HANSA überarbeitet fortlaufend unternehmenseigene Prozesse, oftmals begleitet von der Implementierung digitaler Werkzeuge. Mit der immo-portal-services GmbH haben sie einen Partner gefunden, der jeden unternehmensspezifischen Prozess digital abbilden und in die vorhandene technische Infrastruktur integrieren kann. So sind viele Arbeitsabläufe bei der HANSA bereits smart und digital.

„Der vielseitige Einsatz der immo-office-Lösung hat uns nicht nur im Projekt HANSA 2020 vorangebracht, sondern unterstützt uns unter anderem mit dem Modul Kundenmanagement bei einem exzellenten Mitgliederservice“, sagt Dirk Hinzpeter, Vorstand der HANSA Baugenossenschaft eG. ←



**ANDREA FELDMANN**

betreut als Assistenz der Geschäftsführung den Bereich der Unternehmenskommunikation. Sie ist seit 2017 bei der immo-portal-services GmbH angestellt. Sie hat an der Universität Potsdam Literaturwissenschaft (M.A.) studiert.