



Im One-Stop-Shop wird den Kunden der Wiener Stadtwerke die Möglichkeit geboten – online und offline – alle relevanten Services des Konzerns aus einer Hand zu beziehen.



One-Stop-Shop

Der One-Stop-Shop auf einen Blick

Das Programm besteht aus folgenden Teilprojekten, die schrittweise in den nächsten fünf Jahren umgesetzt werden:

Flagship Store

Umsetzung eines gemeinsamen Kundenservice-centers. Ab Herbst 2020 finden Kundinnen und Kunden sämtliche Leistungen des Konzerns unter einem Dach.

Gemeinsame Use Cases

Definition von Services, Produkten und innovativen Kundenbindungsprogrammen, die on- und offline angeboten werden.

Ein Kunde

Konsolidierung der IT-Systeme mit dem Ziel, eine gemeinsame und DSGVO-konforme KundInnen-datenbank aufzubauen.

Ein Log-in

Eine Registrierung und ein Log-in, um auf sämtliche Dienstleistungen des Konzerns zugreifen zu können.

Ein Portal

Eine gemeinsame Web-Oberfläche für den gesamten Konzern, um eine Übersicht über alle Services der einzelnen Unternehmen zu bieten.

Kommunikation und Change Management

Querschnittsthema mit Schnittstellen zu allen Projekten. Eine Drehscheibe, um kommunikativ abgestimmt im Sinne der Kundenorientierung gemeinsam zu agieren.

In einer digitalisierten Wirtschaftswelt ist **Omni-Channel-Präsenz** gefordert, nicht Parteienverkehr zu Amtsstunden. Um erfolgreich zu sein, kann ein modernes Service-Unternehmen gar nicht anders, als **kompromisslos kundenorientiert** zu agieren. Genau das ist die Vision des in diesem Jahr angelaufenen Programms „One-Stop-Shop“. Die Wiener Stadtwerke machen sich fit für die Zukunft – dank ihrer hervorragenden Kundenperspektive und der Idee, komplexe **Produkte absolut einfach zu vermitteln**.



Die Idee hinter dem One-Stop-Shop ist es, eine Plattform für kommunale Dienstleistungen aufzubauen – online und offline –, von der man alle relevanten Services aus einer Hand beziehen kann. Das Programm wird die Zukunft des Konzerns ganz entscheidend mitprägen. In einem Zeitraum von fünf Jahren werden dabei sechs zentrale Projekte abgewickelt. Alle mit dem Zweck, den Menschen die Leistungen und Produkte der Wiener Stadtwerke auf einer zentralen Plattform möglichst einfach zugänglich zu machen. Das gemeinsame Serviceportal aller Konzernunternehmen soll bis Ende 2025 umgesetzt sein. Erster Meilenstein wird die Eröffnung des Flagship Stores in der Spittelau im Herbst 2020 sein.

Die Plattform soll auch eine Sogwirkung entfalten. Das heißt, das heutige Portfolio der Wiener Stadtwerke muss nicht zwangsläufig der Plafond für den One-Stop-Shop sein. Eine Ausweitung auf andere kommunale Services ist denkbar.

Preismodelle und Produktbündel mit Mehrwert

Um das Unternehmen mit den Augen der KonsumentInnen zu sehen und deren Bedürfnisse so besser zu verstehen, arbeitet man etwa bei Wien Energie intensiv mit verschiedenen KundInnenbeiräten. Deren

Mitglieder bringen frische Ideen und Vorschläge ein und wirken an der Gestaltung von Serviceleistungen, Produkten, Prozessen und Kommunikationsmaßnahmen mit.

Praktisch umgesetzt werden die Inputs der KundInnenbeiräte etwa in der Vorteilswelt, dem KundInnenbindungsprogramm von Wien Energie. Konkret betrifft das die Auswahl von Kooperationspartnern und die Neukonzeption des Programms in seiner Gesamtheit. Da geht es um Flat-Rates, die Möglichkeit, Guthaben zu verschenken, oder die Verbrauchskontrolle mittels App.

So entstand eine bunte Tariflandschaft, die entsprechend den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden entwickelt wurde. Das Angebot reicht vom Standard-Tarif für jene, die es möglichst einfach halten wollen, bis zum Float-Tarif, der sich an den Börsenpreisen für Energie orientiert und damit dynamische Kundinnen und Kunden von Preisbewegungen profitieren lässt. Der Garant-Tarif mit fixen Preisen ist wiederum optimal, wenn man langfristig planen möchte. Beim Wasser.Plus Tarif mit Strom aus 100 Prozent erneuerbarer Energie setzt Wien Energie auf umweltbewusste Kunden. Einen Vorteil haben aber alle Tarife gemeinsam: Sie sind zu 100 Prozent atomstromfrei.

**Intelligente
Vernetzung des
Leistungsportfolios:
Das Programm
One-Stop-Shop ebnet
den Weg in eine
gemeinsame Service-
und Produktwelt.**



**Sämtliche
Leistungen der
Wiener Stadtwerke
werden künftig
unter einem Dach
zur Verfügung
stehen.**



Ebenso ein Ergebnis der KundInnenbeiräte war der Bedarf nach Bündelangeboten, die Leistungen der Wien Energie auch mit Produkten anderer Unternehmen im Rahmen des Wiener Stadtwerke Konzerns kombinieren. Wie so etwas konkret aussehen kann, zeigt etwa die Aktion „Öffis fahren und beim Strompreis sparen“.

Dabei können Kundinnen und Kunden ihre Jahreskarte der Wiener Linien mit dem Strom-Tarif OPTIMA Garant koppeln und erhalten so einen Rabatt auf ihre Wien Energie Stromrechnung. Damit werden zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: klimafreundliche Mobilität plus Bezug nachhaltig produzierter Elektrizität.

Ebenso ein Wiener Stadtwerke Kombiprodukt ist die sogenannte Pepi-Card. Eine Parkkarte für die Garagen der WIPARK mit einem Guthaben von 35 Euro, die die Kundinnen und Kunden der Wien Energie für 25 Euro erhalten. Das entspricht einem Abschlag von 28 Prozent und macht die Bezahlung der Parkgebühr an der Ausfahrtssäule bequem und günstig.

Im Rahmen des Konzern-Programms „One-Stop-Shop“ ist geplant, diese Art sinnvoller Produktbündel mit Mehrwert weiter zu forcieren, um den

Kundinnen und Kunden noch mehr ähnlich attraktive Angebote machen zu können.

**Neuer Flagship Store
in der Spittelau**

Im Konzern der Wiener Stadtwerke werden den Menschen der Stadt Wien und des Umlands eine Unzahl unterschiedlichster Dienstleistungen angeboten. Alle diese Angebote unter einem Dach zusammenzufassen ist das Ziel des Projekts Flagship Store, der gerade in der Spittelau entsteht. Erklärtes Service-Ziel ist die Nutzenmaximierung für die Kundinnen und Kunden. Anliegen der Kundinnen und Kunden werden rasch und unkompliziert in allen Bereichen abgewickelt. Der Store ist eine zentrale Anlaufstelle für Leistungen und Produkte aller Wiener Stadtwerke Unternehmen.

Der Flagship Store ist ein Teilprojekt des Programms „One-Stop-Shop“ und bezeichnet jenen Teil des künftigen konzernübergreifenden Leistungsangebots, der sich den Kundinnen und Kunden physisch präsentiert. Der persönliche Kontakt schafft Sicherheit und Vertrauen.

Um den Flagship Store mit seinem „Alles-unter-einem-Dach“-Konzept zu verwirklichen, wird hinter den Kulissen hart gearbeitet. Die Eröffnung des neuen Service-Treffs ist für Herbst 2020 geplant. Damit wäre dann der erste große Meilenstein des „One-Stop-Shop“-Ansatzes erreicht.

Im neuen Flagship Store ist auch ein Shop geplant, in dem Merchandising-Artikel aller Konzernunternehmen angeboten werden. Hier können dann beispielsweise die Merchandise-Produkte des Bestattungsmuseums am Wiener Zentralfriedhof erworben werden, die in Wien mit Sprüchen wie „Ich turne bis zur Urne“ oder „Ich nasche bis zur Asche“ bereits Kult-Status erreicht haben.

„Die konzernübergreifende Zusammenarbeit macht uns allen viel Freude“



Im Gespräch mit **Annemarie Kouba** über Pläne, Konzept und Zeitplanung zum neuen Flagship Store der Wiener Stadtwerke.

Wien Energie, Abteilungsleiterin Customer Care Center und Leiterin des Projekts Flagship Store

Sie planen für dieses Jahr die Eröffnung eines Flagship Stores der Wiener Stadtwerke. Was darf man sich da erwarten?

Annemarie Kouba Mit dem Flagship Store bekommen unsere Kundinnen und Kunden eine zentrale Anlaufstelle für Leistungen und Produkte aller Wiener Stadtwerke-Unternehmen – und das ganz einfach und angenehm. Dazu gehört auch, dass der Flagship Store verkehrsgünstig gelegen ist und ein angenehmes Ambiente für unsere Kundinnen und Kunden und MitarbeiterInnen bieten soll.

Welchen Nutzen werden die Kundinnen und Kunden der Wiener Stadtwerke von diesem neuen Flagship Store haben?

AK Im neuen, modernen Service-Treff in der Spittelau können Kundinnen und Kunden zukünftig unter einem Dach nicht nur sämtliche Anliegen rund um die Energieversorgung klären, son-

dern beispielsweise auch gleich die Wiener Linien Jahreskarte kaufen, einen WIPARK-Garagenplatz anmieten oder sich zu Dienstleistungen der Bestattung Wien beraten lassen. Das erspart wertvolle Zeit und zusätzliche Wege!

Können Sie schon mehr verraten zum Aufbau des Stores?

AK Der Flagship Store gliedert sich in mehrere Bereiche. Es gibt einen Neukunden-, einen Bestandskundenbereich und einen separaten Bereich für Services der Bestattung Wien, jeweils mit eigenen Wartebereichen. Für bestimmte häufige Kundenanliegen stehen Quickschalter zur Verfügung. Zudem wird es einen Shop geben, in dem Merchandising-Artikel aller Konzernunternehmen angeboten werden. Für Erfrischungen und ein besonderes Ambiente für unsere Kundinnen und Kunden und MitarbeiterInnen sorgt

ein eigens Café. Abgerundet wird das Angebot im Flagship Store durch die Wien Energie Erlebniswelt.

Wirkt sich die Idee des One-Stop-Shops auch auf Ihren Marktauftritt aus? Werden sich die verschiedenen Konzernteile künftig mehr als Team darstellen?

AK Die Nutzenmaximierung ist unser zentrales Anliegen: Ziel ist, unseren Kundinnen und Kunden alles aus einer Hand möglichst unkompliziert und einfach anzubieten. Dazu schaffen wir einen gemeinsamen Marktplatz und bündeln innovative Produkte und Services. So können wir eine breite Palette an Produkten und Services anbieten. Wir nutzen die positive Emotion und das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden in die starken Marken der einzelnen Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen.



Warum braucht es in Zeiten der Digitalisierung auch künftig ein Servicezentrum?

^{AK} Im Programm One-Stop-Shop beschäftigen wir uns intensiv mit innovativen Online-Services für unsere Kundinnen und Kunden. Gleichzeitig sind wir davon überzeugt, dass es weiterhin viele Kundinnen und Kunden geben wird, die sich gerne vor Ort informieren und beraten lassen und denen wir künftig im Flagship Store die Vielfalt unseres Angebots vermitteln wollen. Diese beiden Welten – online und offline – sind jedoch nicht getrennt zu sehen. So bieten wir z. B. auch vor Ort die Möglichkeit, unsere Online-Services kennenzulernen.

Wie geht es Ihnen mit dem Projekt?

^{AK} Wir arbeiten mit vollem Elan an der Umsetzung des Projekts und die konzernübergreifende Zusammenarbeit macht uns

allen viel Freude. Wir lernen einander und die anderen Konzernunternehmen immer besser kennen. In unserem Team herrscht ein toller Spirit. Gemeinsam konnten wir schon einige Herausforderungen meistern. Unser Zeitplan war von Anfang an sehr ambitioniert. Aufgrund der Covid-19-Pandemie müssen wir uns besonders auf der Baustelle auf geänderte Rahmenbedingungen einstellen.

Kann trotz der Schwierigkeiten noch in diesem Jahr eröffnet werden?

^{AK} Ja, ich bin sehr zuversichtlich, dass unser Flagship Store im Herbst eröffnet wird. Und lassen Sie mich noch Danke sagen, bei allen Kolleginnen und Kollegen der einzelnen Konzernunternehmen, die dieses Projekt ermöglichen und intensiv mitarbeiten – tolle Arbeit!

**Gemeinsam sind wir mehr als die Summe der Teile.
Gemeinsam sind wir ein Team – das Stadtwerke-Team.**

