

Von regionaler Vielfalt zu globaler Einheit: HARTING modernisiert seinen Kunden- service mithilfe von Microsoft Dynamics 365



Client | Kurzprofil

Die HARTING Technologiegruppe mit Hauptsitz in Espelkamp (Deutschland) ist einer der weltweit führenden Anbieter von industrieller Verbindungstechnik. Das 1945 gegründete Familienunternehmen steht für Innovationskraft, Qualität und Verlässlichkeit. Mit rund 6.500 Mitarbeitenden, 14 Produktionsstandorten und 42 Vertriebsniederlassungen ist HARTING global präsent und gleichzeitig regional verwurzelt. Im Geschäftsjahr 2024/2025 erzielte die Unternehmensgruppe einen Umsatz von 1,1 Milliarden Euro.

In einer Zeit, in der Servicequalität zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden ist, hat die HARTING Technologiegruppe ihre globale Kundenkommunikation grundlegend modernisiert. Gemeinsam mit NTT DATA wurde das Microsoft Dynamics 365 Customer Service Workspace Contact Center implementiert – eine skalierbare Plattform, die die unterschiedlichen Kommunikationskanäle vereint. Das Ergebnis sind effizientere Abläufe, kürzere Reaktionszeiten und eine konsistente Customer Experience über alle Regionen hinweg.



Mit Microsoft Dynamics 365 Contact Center haben wir unsere Kundenkommunikation evolutioniert – schnellerer Service, personalisierte Betreuung und nahtlose Interaktionen über alle Kanäle hinweg. Das Dynamics 365 Contact Center, das wir gemeinsam mit NTT DATA implementiert haben, spielt eine Schlüsselrolle bei der Umsetzung unserer strategischen Ziele.“

Dirk Hennecke, Senior Digital Customer Experience Manager, HARTING

Globale Standardisierung:
Einheitliche Prozesse und Workflows über alle Regionen hinweg

Nahtlose Omnichannel-Kommunikation:
Integrierte Interaktionen von Telefon, E-Mail, Chat und Cases

Mehr Effizienz:
Automatisierte Fallbearbeitung, Wissensmanagement und Copilot-Unterstützung

Die Herausforderung

Eine globale Organisation braucht einen einheitlichen Kundenservice

Am 1. September 1945 gründeten Wilhelm und Marie Harting die Firma „Wilhelm Harting Mechanische Werkstätten“. In einer kleinen Halle in einer Mindener Reparaturwerkstatt begann die Produktion von Geräten für den alltäglichen Bedarf, darunter Kochplatten, Bügeleisen, elektrische Feueranzünder und Weidezaungeräte. Schon damals manifestierte der Firmengründer seinen Anspruch: „Qualität ist, wenn der Kunde zurückkommt und nicht das Produkt.“

Heute ist die HARTING Technologiegruppe ein weltweit führender Anbieter industrieller Verbindungstechnik und betreut Kunden auf allen Kontinenten – von globalen OEMs bis zu mittelständischen Maschinenbauern. Die Interaktionen mit ihnen reichen von technischen Rückfragen über Anfragen zum Bestellstatus bis hin zu Reklamationsfällen. Die Kunden von HARTING erwarten schnelle, personalisierte und konsistente Antworten über die verschiedenen Kanäle. Dies wurde jedoch zunehmend zur Herausforderung, denn die Kommunikation und Abwicklung erfolgten regional über unterschiedliche Tools und Prozesse. Oftmals wurden Anfragen auch manuell bearbeitet. Dadurch entstanden Medienbrüche, Mehraufwände und Wissenslücken. Das führte wiederum dazu, dass der Informationsfluss nicht immer durchgängig war und Reaktionszeiten nicht immer den eigenen Erwartungen entsprachen.

Die Einführung einer modernen, skalierbaren Plattform war daher unabdingbar. Die HARTING Technologiegruppe unterzieht derzeit alle Abläufe innerhalb des Unternehmens einem digitalen Check, um anschließend Prozesse und Abläufe zu optimieren. Die neue Plattform soll durch Standardisierung und Automatisierung dabei helfen, Kundenanliegen effizient zu bearbeiten und Wissen global zu teilen, ohne die notwendige Flexibilität für die jeweiligen regionalen Märkte mit ihren eigenen Anforderungen und Regularien zu verlieren.

Die Lösung

Eine moderne, KI-gestützte Omnichannel-Plattform ist gefordert

Gemeinsam mit NTT DATA hat sich HARTING für den Aufbau einer globalen Servicearchitektur auf Basis von Microsoft Dynamics 365 Customer Service Workspace Contact Center entschieden. NTT DATA war bereits Partner beim erfolgreichen globalen Teams-Voice-Rollout. Die neue Plattform vereint alle Kommunikationskanäle in einer Oberfläche und ermöglicht so eine durchgängige Omnichannel-Kommunikation. Kunden können per E-Mail, Telefon oder Chat Kontakt aufnehmen – das System erkennt den Vorgang, erstellt automatisch einen Case und leitet ihn über intelligente Routing-Regeln an das zuständige Team weiter. KI-gestützte Funktionen unterstützen die Agenten bei der Klassifizierung, Priorisierung und Beantwortung von Anfragen. Mithilfe von Power-BI-Dashboards erhält das Management zudem Echtzeiteinblicke in Bearbeitungszeiten, Ticketvolumen und Servicelevels. So lassen sich Engpässe frühzeitig erkennen und Ressourcen gezielt steuern.

Ein Element der neuen Lösung ist die automatisierte Case-Erstellung: Eingehende E-Mails oder Anrufe werden automatisch als Fall erfasst, klassifiziert und den richtigen Bearbeitern zugewiesen. Dadurch können Serviceagenten jederzeit auf die vollständige Historie zugreifen – unabhängig davon, über welchen Kanal der Kunde kommuniziert hat. Das reduziert manuelle Arbeitsschritte und verkürzt die Bearbeitungszeiten erheblich.

Parallel wird gerade eine zentrale Wissensdatenbank aufgebaut, die technische Produktinformationen, Serviceerfahrungen und FAQs zusammenführt. Perspektivisch soll der Microsoft Copilot als digitaler Assistent eingesetzt werden, der Informationen kontextbezogen bereitstellt, ähnliche Fälle identifiziert und Vorschläge zur Problemlösung liefert. So entsteht eine lernende Organisation, die mit jedem Kundenkontakt effizienter wird.

Im Rahmen einer mehrstufigen Projektstruktur wurden Pilotregionen aufgebaut, Prozesse standardisiert und die Lösung schrittweise global ausgerollt. Eine enge Abstimmung zwischen den Projektteams, regelmäßige Sprint Reviews und eine klare Governance-Struktur stellten sicher, dass die Anforderungen aus den Regionen konsequent berücksichtigt und globale Standards eingehalten wurden.

Die Vorteile

Schneller, konsistenter, profitabler: Der Rollout zeigt messbare Ergebnisse

Die Einführung der neuen Plattform auf Basis von Microsoft Dynamics 365 brachte der HARTING Technologiegruppe mehrere Verbesserungen.

- **Globalisierte Kundenbetreuung:** Durch die Bündelung der Servicekapazitäten ist eine 24/7-Betreuung über Zeit-zonen hinweg möglich. Gleichzeitig werden alle Prozesse rund um Kundenanfragen effizienter, was für ein international agierendes Unternehmen entscheidend ist.
- **Erhöhte Profitabilität:** Routineaufgaben wie Ticketanlage, Eskalation und Nachverfolgung laufen automatisiert ab, wodurch sich die durchschnittliche Bearbeitungszeit signifikant reduziert hat. Die gezielte Steuerung der Servicelevels und effizientere Abläufe senken die Kosten und steigern die Wirtschaftlichkeit der Serviceorganisation.
- **Stärkere Kundenbindung:** Kunden können den Kanal frei wählen – E-Mail, Telefon oder Chat – und erleben dennoch eine konsistente Betreuung. Diese nahtlose Omnichannel-Kommunikation inklusive intelligenter Automatisierung und personalisierter Interaktionen sorgt für eine bessere Customer Experience.
- **Mehr Effizienz:** Die Automatisierung von Prozessen wie der Auftragsbearbeitung führt zu schnelleren Reaktionszeiten und einem effizienteren Ressourceneinsatz. Redundante Arbeitsschritte entfallen.

Die Serviceprozesse von HARTING sind heute global messbar und steuerbar. Das Unternehmen plant, die Plattform kontinuierlich zu erweitern – unter anderem durch KI-basierte Chat- und Voicebots, die Routineanfragen eigenständig beantworten können. Zudem soll der Microsoft Copilot die Servicequalität weiter steigern, indem er Wissen generiert, Antworten formuliert und Erkenntnisse aus Daten ableitet.



Die neue Plattform bildet den technologischen und organisatorischen Kern unserer weltweiten Services. Wir haben heute ein deutlich klareres Bild von unseren Kundeninteraktionen. Das hilft uns, Prozesse gezielt zu optimieren und unsere Servicequalität weiter auszubauen.“

Dirk Hennecke, Senior Digital Customer Experience Manager,
HARTING