



## **Projektmanagement in der Praxis PIP im Rahmen der Vorbereitung auf das Basiszertifikat IPMA Projektmanagement der Deutschen Gesellschaft für Projektmanagement GPM – 7. Durchgang im Sommer 2023**

**Projektaufgabe:** Entwicklung einer Konzeptidee und Handlungsempfehlungen für die Neuausrichtung des Nachwuchsförderpreises des EDEKA Verbandes kaufmännischer Genossenschaften e.V.

### **Beschreibung des Unternehmens:**

EDEKA ist die Nummer 1 im deutschen Lebensmittel Einzelhandel. Seit über 100 Jahren versorgen wir täglich mit unseren über 400.000 Mitarbeitenden unsere Kund\*innen mit frischen Lebensmitteln.

„Wir lieben Lebensmittel“ ist dabei die DNA unseres Unternehmens. Die meisten unserer EDEKA Einzelhandelsbetriebe werden von unseren mehr als 3.000 selbstständigen Kaufleuten betrieben. Die Bezeichnung Unternehmer-Unternehmen passt also hier genau.

Neben dem EDEKA Einzelhandelsgeschäft betreibt der EDEKA Verbund noch weitere Vertriebskonzepte im Discountbereich (Netto Markendiscount) und im Cash and Carry Geschäft (Großverbrauchermärkte). In den letzten Jahren ist EDEKA auch verstärkt im Produktionsbereich gewachsen. Neben Wasser und Fruchtsäften produzieren wir unter anderem auch Fleisch für unsere Märkte selbst. Gutes aus dem eigenen Hause ist auch die Devise unserer Eigenmarken. Mit aktuell über 3.600 Produkten bieten wir echte Alternativen für Sparfüchse und Gourmetliebhaber.

All das wäre nicht so erfolgreich, wenn es die Menschen dahinter nicht gäbe. Innovation, Kreativität und Freude an der Arbeit sind die Zutaten für das Erfolgsrezept. Mit dem Nachwuchsförderpreis belohnen wir dieses Engagement seit 1998. Nach 25 Jahren wollen wir nun die Gelegenheit nutzen, diesen Preis weiter nach vorne zu bringen und auf die aktuellen Bedürfnisse der Zielgruppe anzupassen.

### **Problem- bzw. Projektbeschreibung:**

Seit Beginn des Preises, im Jahr 1998 ist dieser gewachsen. Von ursprünglich 3 Kategorien auf aktuell insgesamt 5 (Nachwuchskraft im Einzelhandel, Nachwuchskraft im Großhandel /in der Zentrale, Marktleiter\*in /stellv. Marktleiter\*in, Kreativpreis, selbstständige\*r Einzelhändler\*in. Durch diese Erweiterung wollen wir mehr potenzielle Bewerber\*innen im EDEKA Verbund ansprechen. Die Herausforderungen der letzten Jahre haben aber dazu geführt, dass wir die gewünschten Bewerber\*innenzahlen nicht erreichen konnten. Ein Grund für uns diesen Preis, in der jetzigen Form auf die Probe zu stellen und aktiv an Verbesserungsmöglichkeiten zu arbeiten. Dafür brauchen wir Menschen, die Lust haben etwas zu bewegen und aktiv mitgestalten wollen.

Es sollen alle Teilbereiche, von den Kategorien, über die Kommunikation bis hin zur Verleihung kritisch hinterfragt werden.



Wir benötigen konkrete Ideen und Konzepte zur Verbesserung dieses Preises und Handlungsempfehlungen, die diesen Preis auch zukunftsorientiert machen.

**Einbezogene Funktionsbereiche (zutreffendes bitte ankreuzen):**

Forschung und Entwicklung Marketing Marktforschung Sales Management Controlling  
Personalentwicklung Finanzen Logistik Qualitätsmanagement Ggf. weitere

**Aufgaben im Projekt:** (PM-Module – von HAW Hamburg auszufüllen)

- 1) eine visuelle Übersicht über den Projektscope (BIG PICTURE, Kurzbeschreibung der Ausgangssituation/Problembeschreibung)
- 2) Entwicklung eines Projektstrukturplans (Übersicht über die Lieferung & Leistungen des Projektes)
- 3) Übersicht über die Phasen und Meilensteine
- 4) Projektorganisation für die spätere Realisierung
- 5) Kostenplan/Budgetübersicht (zeitliche und finanzielle Restriktionen)
- 6) Vorschlag für Berichtswesen & Controlling/Vorlage eines Statusberichts
- 7) Stakeholder & Kommunikationsplananalyse (Ergebnis- und /oder Nutzenerwartung des Auftraggebers)

**Ausgewählte inhaltliche Aufgaben:**

- **Ist- Aufnahme**
- **Bewertung von Stärken und Schwächen des aktuellen Konzeptes (Kategorien, Ausschreibung, Bewerbungsprozess, Marketingmaßnahmen, Verleihung etc.)**
- **Identifikation von Verbesserungspotenzial**
- **Entwicklung von Handlungsempfehlungen**

**Zielgruppe:** Alle Studierenden der HAW Hamburg – insbesondere der Fachrichtungen, Kommunikationsdesign, Marketing/techn. BWL, Medien und Kommunikation und Digitale Kommunikation