

# Kundennähe und Prozessautomatisierung im Einklang

Rebecca Hasert

*Im Wettbewerb sollten Versorger ihre Prozessstrukturen kontinuierlich hinterfragen. Nur so lassen sich Servicequalität und damit die Kundenzufriedenheit auf ein solides Fundament stellen. Im folgenden Beispiel eines Anbieters für Strom und Gas hat sich die Arbeitsteilung mit einem externen Service-Partner als zielführend erwiesen: Während sich der Dienstleister um die effiziente Abwicklung der energiewirtschaftlichen Massenprozesse sowie die technische Bereitstellung des Online-Kundencenters kümmert, liegt die Konzentration der internen Fachabteilungen auf den eigentlichen Aufgaben des Vertriebs und damit in erster Linie auf der Stärkung der Kundenbindung und dem Ausbau des Angebots.*

Als die 2006 gegründete energiehoch3 GmbH im Jahr 2008 den Weg des bundesweiten Energievertriebs einschlug, gehörte das Kooperationsunternehmen der GELSENWASSER AG und der Stadtwerke Bochum GmbH noch zu den Pionieren in diesem Markt. Inzwischen herrscht ein harter Wettbewerb. Während sich an dem Unternehmensanspruch – Kunden in ganz Deutschland Energieprodukte zu fairen Preisen anzubieten – nichts verändert hat, unterliegen die Prozesse zur Erreichung dieses Ziels der kontinuierlichen Überprüfung. Das Geschäftsmodell der GmbH basiert auf einer schlanken Organisation. Als Online-Vertrieb mit einer kleinen Mannschaft hat das Unternehmen klare Strukturen und effiziente Prozesse als überlebenswichtig identifiziert, wie der Prokurist der energiehoch3, Jan Hoffmann, die aktuellen Anforderungen beschreibt.

Der Anbieter für Gas, Strom und Ökostrom wickelt das gesamte Tagesgeschäft online ab und verzichtet auf den klassischen Geschäftsstellenansatz. Da kein Geld in den Ausbau eines teuren Filialnetzes investiert wird, kann der Versorger seine Leistungen günstig anbieten. Der Preisvorteil ist direkt für den Kunden spürbar. Dass das Angebot angenommen wird, beweisen die über 130 000 Anmeldungen im SLP-Umfeld (Standardlastprofil), die bis heute für Strom und Gas eingegangen sind. Der bundesweite Vertrieb bedingt allerdings auch einen erhöhten Aufwand „hinter den Kulissen“, wenn es bspw. um die Kommunikation mit den Marktpartnern oder das Vertrags-, Abrechnungs- und Forderungsmanagement geht. Zudem ist ein hochverfügbares Online-Portal Grundvoraussetzung.

Die Abwicklung aller geforderten Prozesse trieb die hausinternen Kräfte bereits fünf Monate nach dem bundesweiten Start an



Gerade wenn es um die Umsetzung neuer regulatorischer Vorgaben geht, können EVU von der Erfahrung und den Skaleneffekten eines Dienstleisters profitieren Foto: energiehoch3 GmbH

die Grenzen der Kapazität und löste die externe Dienstleistersuche aus. Im Ausschreibungsverfahren konnte sich schließlich die COUNT+CARE GmbH aufgrund des überzeugendsten Gesamtpakets durchsetzen. Insbesondere die Möglichkeit, sich bereits vor der Entscheidung für den Dienstleister einen Eindruck von den zugrundeliegenden Systemen und Prozessabläufen zu verschaffen, stieß auf positive Resonanz.

## Umstellung unter Zeitdruck

Nach der erfolgreich abgeschlossenen Dienstleistersuche bestand die größte Herausforderung darin, die Daten innerhalb von nur zwei Monaten nach den strikten Vorgaben der GELSENWASSER AG zu migrieren. Trotz der kurzen Frist für die Datenübernahme verlief dieser Prozess nahe-

zu reibungslos. Es ging vor allem darum, neben den Stammdaten auch alle wesentlichen Informationen zu den Gasprodukten zu hinterlegen, mit denen das Unternehmen im bundesweiten Vertrieb gestartet ist. Alle Tarife mussten funktionieren. Formulare wurden ausgiebig getestet. Dank der hervorragenden Betreuung durch den Dienstleister nahm die in Darmstadt bereitgestellte Systemlandschaft pünktlich zum Stichtag am 1.8.2009 den Produktivbetrieb auf.

Obwohl bei der Migration alle Kräfte gebündelt wurden, konnte ein Verlust von Daten jedoch nicht vollständig verhindert werden. Es folgte daher zunächst eine Aufarbeitung, bspw. hinsichtlich verlorener Wechselbelege, bevor man das System innerhalb kürzester Zeit um die Sparte Strom erweiterte.

Seitdem wird kontinuierlich weiterentwickelt: Neue Tarife werden eingeführt, Produkte angepasst, Prozesse optimiert sowie an neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen ausgerichtet.

Für die technische Bereitstellung des Online-Kundencenters zeichnet der Dienstleister verantwortlich – ebenso wie für das Abrechnungsmanagement, den Versand der elektronischen Nachrichtendaten beim Lieferantenwechsel, die Debitorenbuchhaltung oder das Forderungsmanagement. Basisanforderungen sind dabei Hochverfügbarkeit und die hundertprozentige Gewährleistung des Datenschutzes. Entsprechende Fehler können schließlich Kunden kosten.

## Nähe zum Kunden als oberste Maxime

Die hohe Kundenorientierung gab für den Versorger zwei Jahre später auch den Ausschlag, die Bereiche Clearing und Call Center, die anfangs noch in die Zuständigkeit des Dienstleisters fielen, bei der Verlängerung der Zusammenarbeit auszusparen und wieder in den eigenen Reihen anzusiedeln. „In Zeiten des verstärkten Wettbewerbs kommt es mehr denn je darauf an, die Nähe zum Kunden zu pflegen und maximale Reaktionsstärke zu zeigen“, begründet Jan Hoffmann die strategische Entscheidung. Es werde höchste Performance erwartet und über die eigenständige Kontaktaufnahme mit Kunden und Marktpartnern sei das Unternehmen einfach handlungsfähiger.

Im Geschäftsalltag gestaltet sich die Aufteilung heute wie folgt: Während der Dienstleister seine Stärken bei der Abwicklung der Massenprozesse und Anpassung der IT-Systeme ausspielt, pflegen die Mitarbeiter des Versorgers den direkten Kontakt zum Markt. Geht bspw. eine Belieferungsanfrage über den E-Shop ein, wird die Plausibilität und Bonität zunächst intern geprüft und die Bestellung bei positivem Ergebnis aktiviert.

Anschließend wandern die relevanten Daten beim regelmäßigen Austausch über eine XML-Schnittstelle ins SAP IS-U-System des Dienstleisters, wo unter anderem der Wechselprozess und weitere Abläufe des Datenaustauschs angestoßen werden. Ist das Ergebnis der elektronischen Marktkommu-

nikation positiv, erfolgt der Versand der Bestätigung, des Begrüßungsschreibens und des Abschlagplans an den Kunden.

Das hoch automatisierte Vorgehen aufseiten des Dienstleisters kommt dann auch bei allen anschließenden Standardprozessen zum Tragen. Ergibt sich im Rahmen dieser Abwicklung ein Problem, wird eine Clearing-Liste erstellt, die dem Versorger zur manuellen Bearbeitung in den eigenen Reihen regelmäßig zugeht. Seine Mitarbeiter im internen Call Center haben wiederum – dem eindeutig definierten Berechtigungskonzept entsprechenden – Zugriff auf den Mandanten beim Dienstleister.

Neue Informationen aus dem direkten Kundenkontakt werden via gesicherter Server-Verbindung direkt ins Branchensystem eingespielt. Die effiziente Arbeitsteilung gilt auch beim Hinzukommen neuer Marktpartner. Wenn z. B. ein Kunde aus einem Netzgebiet gewonnen wird, das bisher noch nicht auf der Agenda des Versorgers stand, fordert er die entsprechenden Informationen wie Datenblätter vom zuständigen Betreiber direkt an. Die Anlage des Serviceanbieters und sonstiger Daten erfolgt dann über COUNT+CARE.

Dieses Vorgehen funktioniert reibungslos, auch wenn der Fall aktuell nicht mehr ganz so häufig wie am Anfang auftritt. Derzeit beliefert der Versorger fast im gesamten Bundesgebiet Haushalte mit Strom und Gas, daher sind bei ihm inzwischen auch so gut wie alle deutschlandweiten Serviceanbieter im System hinterlegt.

## Gezielte Kombination der jeweiligen Stärken

Mit der aktuellen Verteilung der Verantwortlichkeiten hat energiehoch3 laut Aussage von Jan Hoffmann ein solides Fundament für die zukünftige Unternehmensentwicklung geschaffen. „COUNT+CARE nimmt uns in diesem Szenario eine entscheidende Last ab. Gerade wenn es um die Umsetzung neuer regulatorischer Vorgaben geht, profitieren wir von der Erfahrung und den Skaleneffekten des Dienstleisters“, so der Prokurist.

Als Beispiel führt er die gesetzlichen Neuerungen beim Rechnungsdesign nach

§ 40 EnWG an. „Die Fachkollegen bei COUNT+CARE hatten sich bereits lange im Vorfeld mit dieser Problematik auseinandergesetzt und in Anlehnung an die BDEW-Empfehlungen einen Vorschlag erarbeitet. Diesen haben wir fast eins zu eins umgesetzt.“ Allein bei der Platzierung der unterschiedlichen Inhaltsbausteine wurden noch minimale individuelle Anpassungen vorgenommen.

Der Mehrwert dieser Best-Practice-Lösungen kam auch beim Kundencenter zum Tragen. Der Dienstleister, der neben weiteren Vertriebsorganisationen auch verschiedene Netzgesellschaften mit seinen Leistungen unterstützt, lieferte eine funktionierende und bereits praxiserprobte Plattform, die es nur entsprechend der Vorstellungen des Versorgers anzupassen galt. Im eigenen Haus hätte ein Start bei null wichtige Ressourcen verschlungen. Diese Belastung konnte man über die Zusammenarbeit mit dem Dienstleister abwälzen. Zudem gibt es keinerlei Abstriche im Rahmen neuer Ideen, wie Hoffmann am Beispiel konkretisiert: „Derzeit arbeiten wir an einem neuen Tarifierungskonzept, das uns im Vertrieb ein kundenindividuelles Pricing ermöglicht. Die Mitarbeiter von COUNT+CARE haben alles daran gesetzt, dieses auch technisch so effizient wie möglich abbilden zu können.“

## Kundenzufriedenheit als entscheidender Faktor

Nicht bereut wurde die Entscheidung, den Kundenservice und das manuelle Clearing wieder in Eigenregie zu verantworten, auch wenn sich erst jetzt gezeigt hat, wie viel Arbeit damit verbunden ist. Auf diese Weise bleibt das Unternehmen jedoch nahe am Kunden und kann stärkeren Einfluss auf dessen Zufriedenheit nehmen, da es schneller und flexibler arbeitet.

Mit der aktuellen Kombination wurde ein guter Weg eingeschlagen, der es möglich macht, dem Kunden ein gutes Produkt und gleichzeitig hohen Service zu bieten. Mit dieser Aufstellung will der Versorger zukünftig die guten Ergebnisse bei der Abfrage der Kundenzufriedenheit noch übertreffen.

*R. Hasert, Fachjournalistin, Ulm  
rh@press-n-relations.de*