



VIEL POTENTIAL AUF ALLEN KANÄLEN

Service-Check 2016; Teil 3: Der Kundenservice bei 250 Energieversorgern in Deutschland – viel Potential für Prozess- und Serviceoptimierung auf allen Kanälen.

„Wie erneuerbare Energien weltweit die Stromversorger bedrohen“ so titelte im März 2014 das Manager Magazin einen Artikel über die aktuellen Herausforderungen der Energiedienstleister an. Schwarzmalerei oder doch eine ernstzunehmende Perspektive auf die Branche? Wer sich mit der Branche etwas

näher beschäftigt, der weiß, vor welchen großen Herausforderungen die großen Player, aber auch die regionalen und kommunalen Energieversorger gerade stehen. Bereits im Jahr 2014 führten der BDEW und Ernst & Young eine Studien mit Managern aus der Energiewirtschaft durch. Schon damals gaben 43 Prozent der Befragten an, dass

sich ihr Geschäftsmodell bis 2018 massiv verändern wird.

Gefahren für EVU

In einer weiteren Studie (BDEW & EY; 2015) wurden die Manager der Energiewirtschaft zu möglichen Strategien befragt, um trotz der aktuellen Herausforderungen zukünftig wettbewerbsfähig zu bleiben. Rund 68 Prozent der Entscheider gaben an, dass Sie eine Kooperationsstrategie mit anderen Anbietern als sehr wahrscheinlich sehen. Knapp 70 Prozent der Befragten setzen darauf, regional oder kommunal auch Informationsdienstleistungen im Paket anzubieten. Für 64 Prozent ist der Ausbau neuer Geschäftsfelder eine vielversprechende Strategie, für 58 Prozent ist konzentrierter Wachstum im Vertrieb der Schlüssel zum Erfolg.

Besonders für die Stadtwerke bedeutet die immer stärker wachsende Erzeugungsstruktur

eine große Gefahr für die wirtschaftliche Stabilität. Immer mehr Erzeugergemeinschaften, Firmen und Privathaushalte erzeugen die benötigte Energie selber. So sind 70,2 Prozent (Quelle: Commerzbank/ Uni Leipzig) der Stadtwerke davon überzeugt, dass sie zukünftig neben dem Kerngeschäft verstärkt auch (Energie)- Dienstleistungen anbieten müssen, und etwa 50,9 Prozent sehen in der dezentralen Erzeugerstrategie eine Chance für neue Geschäftsfelder entlang der Wertschöpfungskette. Für 49,1 Prozent ist die steigende Eigenutzung von erneuerbaren Energien eine große Gefahr, aus ihrer Sicht nehmen kommunale Energieversorger dadurch zukünftig immer mehr die Rolle des Residualmenge-lieferanten ein.

Neue Schwerpunkte

Der BDEW hat in Zusammenarbeit mit Ernst & Young in einer weiteren Studie Geschäftsführer und Vorstände von Stadtwerken und Energieversorgern zu ihren strategischen Schwerpunkten in den kommenden drei Jahren befragt. Im Rahmen der Interviews gaben 85 Prozent der Befragten an, dass sie die Optimierung interner Prozesse und betriebliche Reorganisationsprogramme vorantreiben werden (siehe Grafik rechts). Für 82 Prozent stehen die Bereiche Absatz, Marketing, Kundenbetreuung & CRM auf dem Prüfstand. Etwa 76 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass sie einen besonderen Fokus auf die Implementierung IT-gestützter Prozesse (wie GPKE, WiM, MaBIS) legen werden.

Größter Service-Check in den letzten Jahren

Für den aktuellen Service Check wurde die Servicequalität bei 325 Anbietern auf den Prüfstand gestellt. Somit handelt es sich um den größten seit Start der Testserie 2015. Alle 325 Unternehmen haben eine Anfrage auf dem Postweg, eine Anfrage per E-Mail und zwei telefonische Anfragen erhalten. Bei allen Anbietern wurde ein passendes Neukundenszenario gewählt.

Kommunikationskanal Telefon

Bei 650 Testanrufen wurde in 64,80 Prozent der Fälle ein Ansprechpartner erreicht.

Testanrufe mit einer Wartezeiten größer 6 Minuten wurden als „nicht erreicht“ dokumentiert. Bei der EON SE (Anfrage Strom) sind unsere Tester leider in beiden Anläufen (an zwei verschiedenen Tagen) aus der Leitung geflogen, es gab jedoch die Möglichkeit vollautomatisiert über eine Sprachbox eine Rückrufbitte zu hinterlassen, anders bei der E.ON Global Commodities SE (Anfrage Gas), hier war in beiden Fällen innerhalb von 20 Sekunden ein Gesprächspartner für den potentiellen Neukunden verfügbar. Unsere Testkunden haben in 50,48 Prozent der Anrufe innerhalb von 10 Sekunden einen Ansprechpartner am Telefon gehabt, branchenübergreifend ein exzellentes Ergebnis. Bei 13,59 Prozent der Testanrufe betrug die Wartezeit bis zu

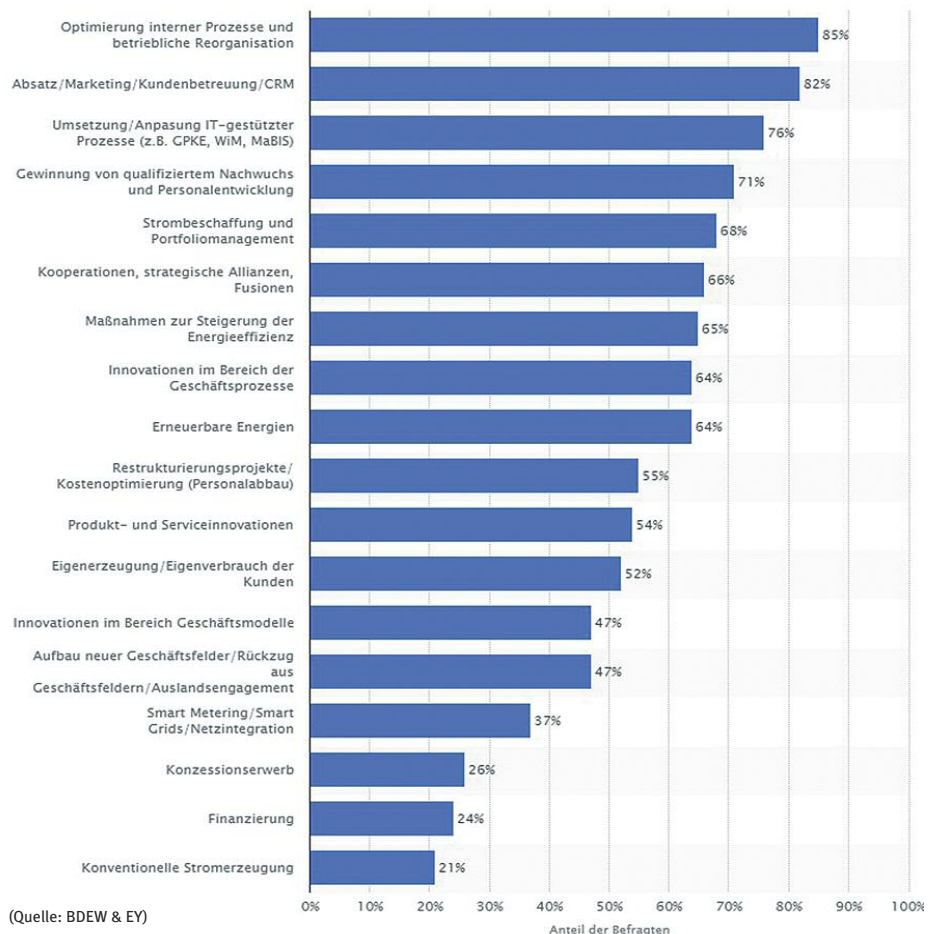
20 Sekunden, zwischen 20-30 Sekunden mussten die Tester in 10,68 Prozent der Fälle warten.

Bei 54,44 Prozent der Anrufe wurde vom Anbieter kein Sprachportal eingesetzt. Beim Einsatz von Sprachportalen waren in der Regional ein (27,78 Prozent) oder zwei (14,44 Prozent) Schritte notwendig, um einen persönlichen Ansprechpartner ans Telefon zu bekommen. Im Folgenden ein paar Beispiele.

Licht und Schatten

Bei der Avacon AG (Anfrage Strom) warten Kunden maximal 20 Sekunden, das Gespräch war in beiden Fällen sehr professionell

Mit welchen Themenbereichen werden sich Stadtwerke in den nächsten 2 bis 3 Jahren besonders auseinandersetzen?



Die Studie zeigt, dass sich bei regionalen und überregionalen Energieversorgern das Management sehr intensiv mit der Optimierung von Prozessen und dem Setup der direkten Kundenkommunikation in Marketing, Vertrieb und Kundenservice beschäftigt.



Abb. 1: Die SWU Energie GmbH fordert von Neu- und Bestandskunden in der E-Mail-Kommunikation eine Lesebestätigung an.

und zielführend. Die Mitarbeiterin hat souverän und freundlich von der Bedarfsermittlung zur Lösungsphase gelenkt.

Bei den Stadtwerken Düsseldorf (Anfrage Gas & Strom) war innerhalb von 20 Sekunden ein kompetenter Ansprechpartner für unseren Testkunden verfügbar. Die Stadtwerke Düsseldorf liefern kein Gas für Haushalte in Hamburg, mit 24,38 je kWh machte unser Gesprächspartner aber ein sehr attraktives Angebot für den Strombezug. Zusätzlich wurden dem potentiellen Kunden 80€ als Bonus für seinen Vertragsabschluss in Aussicht gestellt.

Die Pfalzwerke (Anfrage Strom) haben beide Gespräche innerhalb von 30 Sekunden angenommen. Im ersten Anlauf wurde sehr knapp kommuniziert, dass man Hamburger Haushalte nicht beliefert. Im zweiten Anruf wurde immerhin auf die Hotline der 1-2-3-Energie verwiesen, da die Pfalzwerke nur regionale Kunden bedienen.

Die Stadtwerke Bochum (Anfrage Gas & Strom) haben in beiden Fällen sehr attraktive Angebote für Strom (23,51 je kWh Strom und 3,85ct/kWh Gas) gemacht. Die Gesprächspartner wirkten sehr freundlich und bemüht, ein wirklicher Neukundenprozess ist hier aber nicht vorhanden, die Kundenberater nutzen die Webseite mit den Endkundeninformationen für die Beratung, auch das aktive Angebot den Vertrag direkt abzuschließen hat den Testkunden in den Gesprächen mit den Stadtwerken Bochum gefehlt.

Bei den Stadtwerken Bielefeld hatten die Testkunden im ersten Anlauf einen Gesprächsabbruch (nach wenigen Sekunden, wahrscheinlich durch die ACD der Stadtwerke Bielefeld), im zweiten Anlauf hatte der potentielle Neukunde eine wirklich sehr nette und bemühte Ansprechpartnerin am Telefon. Leider beliefern die Stadtwerke Bielefeld keine Privathaushalte in Hamburg, trotzdem bedankte sich die Ansprechpartnerin am Ende des Gesprächs noch einmal sehr herzlich für das Interesse des potentiellen Kunden.

Bei der SÜWAG (Anfrage Strom & Gas) hatten die Tester ein sehr negatives Erlebnis. Nach 20 Sekunden meldete sich eine Dame, die zwar sehr flink in der Auskunft möglicher Konditionen für den Bezug von Gas und Strom war, sie klang jedoch sehr uninteressiert und hat eher herablassend mit dem potentiellen Neukunden kommuniziert.

Bei den Stadtwerken Saarbrücken (Anfrage Gas & Strom) musste der Tester erst über 120 Sekunden warten, um dann mit einem sehr unmotivierten Ansprechpartner zu sprechen. Nachdem der Testkunde sein Anliegen befördert hat, wurde dieser flux und ohne weitere Klärung in die Warteschleife befördert. Nach etwa 6 Minuten in der Warteschleife brach der Tester diesen Anlauf ab.

Bei Mitgas (Anfrage Strom & Gas) musste sich der potentielle Neukunde erst durch ein recht kompliziertes Sprachportal kämpfen und anschließend auf den ersten Gesprächspartner knapp 50 Sekunden warten. Dieser Ansprechpartner war nämlich ausschließlich für Strom zuständig. Nach etwa 4 Minuten Beratung wurde dann an einen weiteren Kollegen durchgestellt, hier musste der potentielle Neukunde bei null (beispielsweise Lieferort, Verbrauch, Umzugsdatum) anfangen, bevor auch hier ein Angebot für den Erdgasbezug unterbreitet werden konnte. Beide Ansprechpartner haben sich nicht sonderlich bemüht den potentiellen Kunden

direkt im Gespräch als Neukunden zu gewinnen.

Kommunikationskanal E-Mail

Von den 325 getesteten Unternehmen antworteten 32 innerhalb von 24 Stunden, 44 Unternehmen innerhalb von 48 Stunden und 117 Unternehmen brauchten 5-7 Werkzeuge für Ihre Rückmeldung. Von 42 Unternehmen erfolgte keine Rückmeldung innerhalb von 3 Wochen. Auch hier ein paar Beispiele:

Den ersten Platz erreichten die Stadtwerke Gießen AG. Die Anfrage erreichte die Stadtwerke Gießen um 15.00 Uhr am 05.04.2016, die Rückmeldung erfolgte am 05.04.2016 um 15.06 Uhr, zwar mit Formulierungshilfen – aber das Anliegen wurde gelesen und passend beantwortet. Etwas ungewöhnlich war die Rückmeldung (siehe Abbildung 1) der SWU Energie GmbH.

Ein Herr vom Kundenservice der SWU reagierte schnell innerhalb von 24 Stunden auf die Anfrage des potentiellen Neukunden. Freundlich wurde mit Hilfe von Formulierungshilfen & Textbausteinen erklärt, dass eine Belieferung im Landkreis Stade nicht möglich ist. Soweit alles im normalen Bereich, etwas irritierend war jedoch die Anforderung einer Lesebestätigung.

Der Anbieter Lekker Energie GmbH antwortete auch sehr schnell, zwischen Versand der Anfrage und Erhalt eines Angebots lagen gerade einmal 25 Minuten. Der Herr Lekker-Kundenservice bedankt sich für die eben erhaltene E-Mail, bietet Strom für 23,84 Cent/kWh an und erklärt auch direkt die Vorteile des Angebots. „Der Wechsel zu Lekker erfolgt schnell und unkompliziert. Sie müssen sich um nichts kümmern. Einfach online bestellen, wir erledigen alle Wechsel formalitäten für Sie,“ erklärt der Herr den unkomplizierten Anbieterwechsel. Im Cross-Selling wird außerdem darauf hingewiesen, dass der potentielle Neukunde natürlich auch ganz bequem telefonisch Gas bei Lekker Energie beauftragen kann. Es ist zwar klar zu erkennen, dass das Unternehmen Textbausteine einsetzt, jedoch wurden diese sinnvoll ausgewählt, haben alle wichtigen Informationen

Bitte lesen Sie weiter auf Seite 26

Ihre Mail vom 05.04.2016

Von: Mainova ServiceLine

Vollansicht 20.04.2016 um 08:49 Uhr

Sehr geehrter Herr Becker,

vielen Dank für Ihre E-Mail. Gerne beantworten wir Ihr Anliegen.

Es freut uns, dass Sie von Mainova beliefert werden möchten. Um Ihnen ein Angebot zu unterbreiten, benötigen wir noch die Postleitzahl. Bitte teilen Sie uns diese mit und wir senden Ihnen gerne ein Angebot zu.

Bei Fragen sprechen Sie uns gerne an.

Gerne stehen wir Ihnen bei Fragen unter unserer E-Mail-Adresse service@mainova.de zur Verfügung. Ebenfalls haben Sie die Möglichkeit, uns unter unserer ServiceLine 0800 11 444 88 (kostenfrei aus dem deutschen Festnetz) und Mobilfunknutzer unter 069 800 88 0000 (Ortsnetz Frankfurt am Main) zu erreichen.

Freundliche Grüße
Marc Bauer

Abb. 2: Bei der Mainova AG passiert erst einmal neun Tage nichts, danach folgt eine Eingangsbestätigung mit dem Hinweis, dass man für die Bearbeitung der Anfrage noch etwas Zeit benötigt. Nach über zwei Wochen erfragt der Kundenservice dann die Postleitzahl des Kunden, als Grundlage für ein mögliches Angebot.

sowie proaktiv nützliche Zusatzinformationen enthalten. Und nicht zu vergessen – die Reaktionszeit lag bei unter 30 Minuten.

Den letzten Platz belegt im Test die Mainova AG. Etwa nach 9 Tagen erhält ein potentieller Kunde eine automatische Eingangsbestätigung, gute zwei Wochen später erkundigt sich der Kundenservice dann nach den noch fehlenden Daten, als Basis für ein mögliches Angebot (siehe Abbildung 2).

Kommunikationskanal Brief

Auch über den klassischen Postweg haben alle 325 Unternehmen eine fiktive Neukundenanfrage erhalten. Die Briefe wurden am 05.04. 2016 (vor 12.00 Uhr) verschickt, somit sollte in 96 Prozent aller Fälle der Brief beim jeweiligen Anbieter am 06.04.2016 eingetroffen sein. Innerhalb von drei Wochen (dokumentiert bis zum 25.04. 2016) haben 221 Unternehmen auf dem Postweg geantwortet. Von den 221 Rückläufern hat der fiktive Hamburger Neukunde 88 Briefe innerhalb von 7 Kalendertagen (bis zum 12.04.2016) erhalten. Die restlichen 133 Briefe sind bei der Redaktion zwischen dem 13.04. 2016 und dem 23. 04.2016 eingetroffen.

Besonders schnell waren 2016 beispielsweise die Stadtwerke Emsdetten (07.04.), die Stadtwerke Göttingen (07.04.), die Stadtwerke Greifswald (07.04.), die Stadtwerke Hameln

(07.04.), Vattenfall Europe Sales GmbH (07.04.), oder die Stadtwerke Ingolstadt (07.04.). Auf den letzten Plätzen sind beispielsweise die KEW Neunkirchen (19.04.), die BSI Energy (19.04.) oder die REWAG gelandet.

Bei der NEW AG aus Mönchengladbach erhält ein potentieller Neukunde einen Schwung unsortierter schwarz/weiß-Ausdrucke

(Screenshot eines Rechners im Kundenservice, inkl. Taskleiste) als Antwort auf seine Angebotsanfrage. Ein Anschreiben? Fehlzeige! Es ist lediglich zu erkennen, dass der Benutzer „A000186“ am „PC1355“ den Ausdruck am 08.04.2016 um 8.46 Uhr gemacht hat. Glaubt man der auf den Screenshots sichtbaren Windowsuhr, so hat der Bearbeiter insgesamt mindestens sieben Minuten für die Erstellung der nicht gerade kundenorientierten Rückmeldung benötigt. Mit Hilfe von Formulierungshilfen, einer Vorlage für ein Kundenanschreiben und einer Beilage hätte sich die Beantwortung vielleicht in unter fünf Minuten realisieren lassen, und gleichzeitig hätte der potentielle Neukunde auch das Mindestmaß an Wertschätzung und Kundenorientierung erhalten.

Ähnlich bei den technischen Werken Schussental, der LWG Lausitz oder der EVI Hildesheim – hier erfolgte die Rückmeldung in Form von Kurzbrieffen oder handschriftlichen Vermerken auf dem Originalschreiben des potentiellen Kunden. Insgesamt haben 12 der 325 Unternehmen bei Ihrer Rückmeldung auf ein Anschreiben komplett verzichtet, oder ein Anschreiben in Kurzbriefform und/oder als Notiz mitgeliefert.

„Kein Call Center“

Die Stadtwerke Göttingen haben sehr fix geantwortet, eine Rückmeldung vom 07.04. 2016 hatten unsere Tester bereits am 08.04.

2016 im Briefkasten. Das Layout ist ansprechend farblich und gut strukturiert angelegt, nur der Balken unter dem Betreff mit der Ankreuzvariante „Mit der Bitte um [x] Kenntnisnahme“ stört etwas in dem Bild. Die Stadtwerke Göttingen teilen mit, dass sie als regionaler Versorger leider keine Haushalte in Hamburg beliefern können. Als regionaler Versorger bieten sie 100 Prozent Ökostrom, sollte der potentielle Neukunde doch in der Region beliefert werden, wird im Anschreiben auch der jährliche Gesamtpreis in Höhe von 1.709,23€ (inkl. MwSt.) mitgeliefert, basierend auf den vom potentiellen Kunden genannten 6.000 kWh Jahresverbrauch.

Was hier fehlt – die genaue Angabe der Kosten je kWh, die Stadtwerke Göttingen nennen lediglich einen Gesamtpreis pro Jahr und den monatlichen Abschlag in Höhe von 142,00€ (inkl. MwSt.). Bei den Argumenten für die Stadtwerke Göttingen (siehe Abbildung) kommt als erster Punkt „Wir sind für unsere Kunden persönlich vor Ort (kein Call Center)“. Weiter unten in der Aufzählung kommen Punkte wie soziales Engagement (siehe Abbildung 3).

Die AÜW (Allgäuer Überlandwerk GmbH) gehörte zwar mit einer Reaktionszeit von zwei Wochen nicht zu den schnellsten Anbietern im Test, jedoch hat sich das Unternehmen mit Art und Umfang der postalischen Rückmeldung im aktuellen Service Check für den Kanal Brief eine Topplatzierung gesichert. Potentielle Kunden erhalten eine Rückmeldung mit einem persönlichen Anschreiben. Hier werden zwar Textbausteine genutzt, diese sind jedoch passend und abgestimmt ausgewählt worden. Das eigentliche Angebot zusammen mit allen vorausgefüllten Formularen, einem Rücksendeumschlag und weiterführenden Informationen wurden in einer hochwertigen und ansprechend gestalteten Mappe direkt mitgeschickt, sogar mit einem Kugelschreiber um die noch fehlenden Informationen in den beiliegenden Vertragsunterlagen zu ergänzen (siehe Abbildung 4).

Kommunikationskanal Internet

Bei allen 325 Unternehmen konnte eine Webseite gefunden werden. Bei 91 Unternehmen war zudem ein geschützter Kunden-

Ihre Anfrage - Angebot Stromtarif

Mit der Bitte um
 Kenntnisnahme Rückgabe Prüfung Erledigung zum Verbleib Stellungnahme

Sehr geehrter Herr Gopper,
 vielen Dank für Ihre Nachricht.

Die Stadtwerke sind ein regionaler Versorger. Falls Sie einen Versorger für Ihren Wohnort in Hamburg suchen, müssen wir Ihnen leider mitteilen, dass wir Sie dort nicht mit Strom versorgen können. Falls Ihr Wohnort sich in oder im Umkreis von Göttingen befindet, unterbreiten wir Ihnen gern ein Angebot. Wir als regionaler Versorger bieten mit dem GöStrom 100 % Ökostrom an. Sie können sich gern auch auf unserer Homepage unter www.goe-energie.de informieren. Bei einem Verbrauch von 6.000 kWh zahlen Sie bei den Stadtwerken Göttingen 1.709,93 €, inkl. aller Steuern und Abgaben. Hier wäre ein monatlicher Abschlag von 142,00 € fällig.

Weitere Argumente für die Stadtwerke sind:

- Wie **... sind für unsere Kunden persönlich vor Ort. (kein Call-Center)**
- ... schaffen und sichern Arbeitsplätze.
- ... bieten kostenlose Energieberatung an.
- ... zahlen jährlich mehrere Millionen Euro Abgaben, Steuern und Dividende an die Stadtkasse Göttingen. Dieses Geld kommt allen Göttinger Bürgern zu Gute.
- ... vergeben Aufträge in Stadt und Landkreis und stärken damit die regionale Wirtschaft.
- ... engagieren uns sozial und gesellschaftlich.
- ... arbeiten aktiv mit zur Erreichung der Klimaziele der Stadt Göttingen.
- ... stärken damit die Region.

Abb. 3: Bei den Stadtwerken Göttingen wird damit geworben, dass man „kein Call Center“ ist.

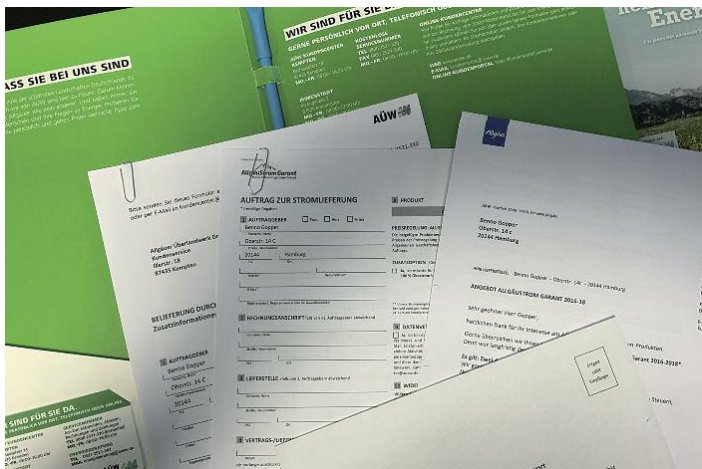


Abb. 4: Eine ansprechende Mappe mit allen Informationen und Formularen erhalten potentielle Kunden bei der Allgäuer Überlandwerk GmbH.

servicebereich zu erkennen, dieser steht jedoch nur Bestandskunden mit den jeweiligen Zugangsdaten zur Verfügung. Bei fast allen der 290 Unternehmen konnte der Tarif sehr einfach online berechnet werden. Bei Vattenfall werden beispielsweise alle verfügbaren Tarife übersichtlich dargestellt, inklusive Laufzeit, möglichen Bonusvarianten und dem Jahrespreis. Fast perfekt – eine Information haben unsere Tester hier vermisst, der Hinweis auf den Preis je kWh in der Übersicht (siehe Abbildung 5).

Auch bei Hamburg Energie haben potentielle Kunden die Möglichkeit einen Tarif direkt online zu berechnen. Eine Unterscheid-

ung zwischen „volle Preisgarantie“ und „Preisgarantie“ erhalten potentielle Kunden an dieser Stelle nicht, nur im Kleingedruckten weiter unten wird etwas irreführend der Unterschied zwischen einer Energiepreisgarantie, einer eingeschränkten Preisgarantie oder einer vollen Preisgarantie erläutert. Mehr Ressourcen wurden an dieser Stelle darauf verwendet, dem potentiellen Kunden zu erklären, dass Hamburg Energie ohne Bonustricks arbeitet.

Fazit

Im Vergleich zum Service Check 2015 EVU ist zu erkennen, Textbausteine und Formulierungshilfen dominieren die asynchrone Kundenkommunikation. Die telefonische Erreichbarkeit hat sich im Branchenschritt drastisch verbessert. Bei der schriftlichen Kundenkommunikation auf dem Postweg setzen viele Anbieter leider immer noch auf weniger kundenorientierte Antwortschreiben, Kurzbriefe oder liefern proaktiv keine nützlichen Informationen.

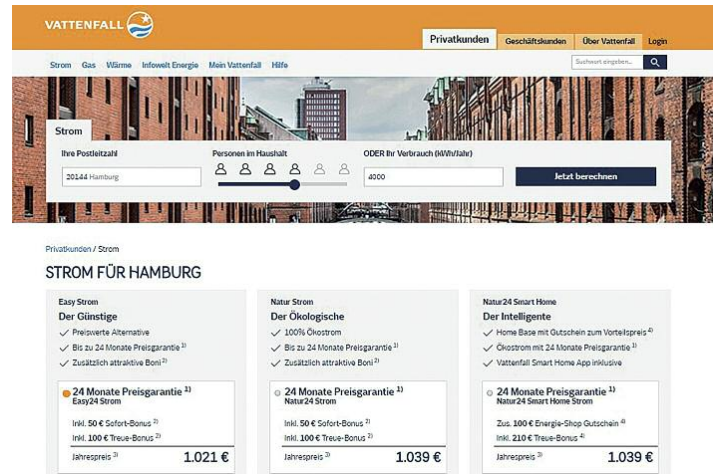


Abb. 5: Transparenz bei Vattenfall – alle verfügbaren Tarife inkl. Informationen zu Laufzeit, Bonus und Jahrespreis übersichtlich dargestellt.

Die Beispiele zeigen, dass ausreichend Potential für eine nachhaltige Optimierung der Geschäftsprozesse besteht. Egal ob in der Telefonie, per E-Mail oder auf dem Postweg. Viel zu häufig wird von einer Stelle an die nächste Stelle weitergeleitet und/oder verbunden, ein potentieller Neukunde durch mehrere Abteilungen gescheucht, oder der Kunde von den Unternehmen gegen seinen Willen in einen anderen Kanal verwiesen.

Ein Vergleich der Rückmeldungen über die unterschiedlichen Kanäle je Unternehmen zeigt außerdem, dass bisher nur sehr wenige Unternehmen auf Omni-Channel-Kommunikation umgestellt haben. In den meisten Fällen erhalten Kunden beispielsweise per E-Mail eine ganz andere Rückmeldung als auf dem Postweg oder am Telefon. Hier gibt es nicht nur unterschiedliche Varianten an Textbausteinen und Formulierungshilfen, im schlimmsten Fall erhält ein Kunde auch bei drei Kanälen drei verschiedene Tarife angeboten, obwohl auf allen Kanälen ein unverändert gleicher Bedarf skizziert wurde.

Benjamin Barnack



Benjamin Barnack ist Geschäftsführer bei D+S 360° Webservice.