

NACHGEFRAGT

»Wir vernetzen zunehmend unsere Geschäftsbereiche.«



Stephan Hebbeler

Vertriebsleiter Privatkunden, Stadtwerke Osnabrück

Sie haben neue Prozesse aufgesetzt. Steckt da noch mehr dahinter?

Mit den neuen Prozessen verbinden die Stadtwerke Osnabrück eine klare Vision. Irgendwann wird es keine separaten ÖPNV-, Bäder- oder Energiekunden mehr geben, sondern nur noch »den« Stadtwerke-Kunden.

Sie wollen also die Geschäftsbereiche zunehmend miteinander vernetzen?

Aber sicher. Schließlich ist der Schüler, der heute sein Ferienticket kauft und die öffentlichen Bäder besucht, der Energiekunde von morgen. Von daher halten wir bereits Ausschau nach Lösungen, um auch die nicht unmittelbar mit dem Energievertrieb verknüpften Leistungen integriert abzubilden.

Ist das jetzt schon ein aktuelles Thema für die Stadtwerke Osnabrück?

Vor dem Hintergrund unserer kostenpflichtigen Serviceangebote – wie beispielsweise die Thermografiemessung oder Verbrauchsvisualisierung – ist dies aktuell schon ein Thema. Diese Dienste können von jedem wahrgenommen werden, auch wenn er kein Strom- oder Gaskunde von uns ist.

Ein Ausblick in die Zukunft . . .

Das Geschäft mit zählerunabhängigen Produkten wird in den nächsten Jahren tendenziell zunehmen. Daher sollte dies dann auch systemseitig berücksichtigt werden.

Die Fragen stellt Rebecca Hasert

Zählerorientiertes Denken nicht mehr zeitgemäß

STADTWERKE OSNABRÜCK Vom Babygruß mit Söckchen und Steckdosenschutz bis zum Umzug hat das kommunale Unternehmen die Kundenbetreuung so automatisiert und organisiert, dass Platz für Individualität bleibt

Von **REBECCA HASERT**, Ulm

An kreativen Ideen zur Kundenbindung und -gewinnung mangelte es im Privatkundenvertrieb der Stadtwerke Osnabrück (SWO) bisher nie. Von der Begrüßung neuer Erdenbürger mit dem sog. »Babygruß« über gezielte Energiesparförderprogramme bis hin zu frei wählbaren Wechselprämien mit lokalem Bezug – jede einzelne Vertriebs- und Marketingaktion unterstreicht die Philosophie der maximalen Kundennähe. Was sich seit Juni 2014 allerdings maßgeblich geändert hat: Diese Kundenorientierung wird nun auch systemtechnisch abgebildet. Das neue SAP CRM auf Basis des Templates »crm[GO]« der Cronos Unternehmensberatung unterstützt das kommunale Unternehmen mit hohem Automatisierungsgrad und maximaler Transparenz im Tagesgeschäft.

»Die traditionell zählerorientierte Denke der Energiewirtschaft ist einfach nicht mehr zeitgemäß«, weiß *Stephan Hebbeler*, Leiter Privatkundenvertrieb bei den Stadtwerken und verantwortlich für das CRM-Projekt. Seiner Meinung nach sei es mit einem reinen Abrechnungssystem schon lange nicht mehr getan, da es im zunehmenden Wettbewerb immer stär-

ker darauf ankomme, auch Interessentenkontakte hochautomatisiert und systemgestützt zu bearbeiten. Gerade bei kommunal geprägten Energieversorgern darf dabei die Individualität jedoch nicht auf der Strecke bleiben. Vor Einführung von SAP CRM wurden Anfragen von potenziellen Neukunden mit den gewünschten Informationen oder Angeboten be-

»Die Aus-den-Augen-aus-dem-Sinn-Situation hat mit dem neuen System nun ein Ende.«

antwortet. Es fehlte jedoch eine Lösung zur strukturierten Erfassung und Auswertung der Aktivitäten. »Das IS-U kennt nur Kunden in Belieferung, und eine manuelle Datenpflege in Excel ist aufwendig und wenig übersichtlich. Diese »Aus-den-Augen-aus-dem-Sinn«-Situation hat nun ein Ende.« Gezielte – im SAP CRM umgesetzte – Marketingaktionen für Neu- und Bestandskunden ermöglichen den Stadtwerken nunmehr ein neues vertriebsstrategisches

Handeln. Von der Segmentierung wichtiger Kunden- und Interessentengruppen über Produkt- und Angebotskampagnen bis hin zur Erfassung des Rücklaufs inklusive aussagekräftiger Auswertungen ist der gesamte Vertriebszyklus in der SAP-CRM-Lösung abgebildet.

Volle Unterstützung gilt auch im Umgang mit Bestandskunden. »Im Tagesgeschäft schenken wir ihnen hohe Aufmerksamkeit«, berichtet Hebbeler. So werden im Rahmen des »Babygruß«-Programms mithilfe der Tagespresse gezielt Geburten bei Kunden ermittelt und die frischgebackenen Eltern mit Lätzchen, Söckchen oder Sicherheitseinsätzen für Steckdosen versorgt: »Es galt, für unsere Ideen ein stabiles IT-Fundament zu schaffen. Prozesse wie die Angebotsannahme lassen sich dank SAP CRM mittlerweile vollautomatisch abwickeln und dokumentieren. Das Individualitätsgefühl der Kunden bleibt jedoch voll und ganz erhalten.«

In der CRM-Lösung fließen inzwischen alle kundenrelevanten Informationen strukturiert zusammen und stehen den Anwendern in übersichtlicher Form zur Verfügung. Entscheidend ist, dass die richtigen Daten zum richtigen Zeitpunkt abrufbar sind. Durch die zusätzliche Integration eines Dokumentenmanagementsystems und die damit einhergehende Bündelung aller Eingangskanäle profitieren die Stadt-

werke von einer umfassenden Informations- und Steuerungslösung. Angefangen beim Posteingang über die unterstützte Bearbeitung aller Kundenanliegen bis hin zu ggf. notwendigen Postausgangsprozessen ist der Ablauf der Kundenbearbeitung für die Anwender einfach und übersichtlich in einem System abgebildet. »Wir erwarten, dass sich der Aufwand auf Seiten unserer Mitarbeiter – nach der Eingewöhnungsphase – deutlich verringert.

Daten in Echtzeit | Sobald ein Neukunde gewonnen wurde oder ein Bestandskunde seinen Tarif wechselt, werden die Daten in Echtzeit mit IS-U synchronisiert«, zeigt sich Hebbeler zufrieden. Und auch ein weiteres Problem hat sich mit dem CRM erledigt: »In der vorherigen Welt ging mit jedem Umzug auf Kundenseite der Verlust der individuellen Daten einher. Diese bleiben jetzt im System vorhanden, und wir können im Zuge einer künftigen Marketingaktion oder Vertragsbeziehung gezielt darauf aufbauen.« Der Vertriebsleiter würde sich jederzeit wieder für ein solches CRM-Projekt entscheiden, »obwohl es viel Kraft kostet – gerade bei der Umsetzung der individuellen Anforderungen. Hier ist es wichtig, die richtigen Leute im Boot zu haben, weil solche Vorhaben ohne systematisches Vorgehen sicher zum Scheitern verurteilt sind.«

