

Digitalisierungsprojekte

»Digitalisierung muss strategisch gedacht werden«

Die Energiewirtschaft muss komplexe Prozesse effizient digitalisieren. Customer-Relationship-Management-Systeme spielen dabei eine zentrale Rolle – vorausgesetzt, die technologische Basis stimmt und Digitalisierungsprojekte werden strategisch angegangen. Erfolgsentscheidend sind klare Ziele, Gespräche mit Kunden und die Vermeidung typischer Stolpersteine wie fehlende Nutzerakzeptanz. Zudem gewinnt künstliche Intelligenz an Bedeutung: Sie automatisiert Prozesse, verbessert Prognosen und optimiert das Kundenmanagement. Andreas Lange, CSO bei der Cursor Software AG, gibt Einblicke, wie KI heute schon sinnvoll für die Energiewirtschaft nutzbar gemacht werden kann.

Herr Lange, welche Herausforderungen sehen Sie bei der Digitalisierung der Energiewirtschaft?

Lange: Eine der größten Herausforderungen ist sicherlich der Faktor Komplexität, denn bei Digitalisierungsprojekten hat man es in der Regel nicht mit einer Applikation zu tun, sondern mit mehreren Systemkomponenten, die reibungslos zusammenspielen müssen. Mit Blick auf unsere CRM-Projekte, gerade in der Energiewirtschaft, liegen die Herausforderungen definitiv in der Abbildung gesetzlicher Anforderungen. Außerdem müssen mehrere Faktoren – und das lässt sich branchenunabhängig beobachten – gleichzeitig gewährleistet sein, sprich: Es muss eine vollständige 360°-Sicht auf den Kunden geschaffen werden, indem Prozesse über verschiedene Systeme hinweg automatisiert werden.

Sind CRM-Lösungen vor diesem Hintergrund überhaupt der richtige Ansatz, um die beträchtlichen Herausforderungen zu meistern?

Lange: Absolut, keine Frage. Unsere Erfahrungen aus Kundenprojekten zeigen ganz klar: Es geht längst nicht mehr »nur« um CRM. Letztlich brauchen Unternehmen heute hochflexible IT-Systeme, die nicht nur den Betrieb unterstützen, sondern auch stabile, release-sichere Anpassungen ermöglichen. Wenn ich auf unsere Kunden schaue – einige begleiten wir seit über 25 Jahren –, sehe ich, wie ihre Anforderungen stetig gewachsen sind. Deshalb entwickeln auch wir unsere Software kontinuierlich weiter. Unser CRM-Datenmodell ist dabei eine starke Basis, weil es extrem flexibel ist. Viele unserer Kunden nut-



Quelle: Cursor Software AG

Andreas Lange, CSO bei der Cursor Software AG: »Wer auf eine stabile technologische Grundlage, durchdachte Strategien und den gezielten Einsatz von KI setzt, bleibt im dynamischen Energiemarkt wettbewerbsfähig.«

zen es daher im Kern nicht nur für klassisches Kundenmanagement, sondern setzen es als zentrale Digitalisierungs- oder Businessplattform ein.

Wo sehen Sie die häufigsten Stolpersteine bei den Digitalisierungsprojekten?

Lange: Das Problem ist, dass viele Nutzer Digitalisierungsprojekte mit IT-Projekten gleichsetzen. Das ist meiner Einschätzung nach aber weit gefehlt, denn

ertere werden immer von Change-Prozessen begleitet, deren Umsetzung gleichermaßen erfolgreich sein müssen. Ich vergleiche Digitalisierungsprojekte oft mit Yin und Yang: Das sind polar entgegengesetzte und dennoch aufeinander wirkende Kräfte, die sich idealerweise ergänzen und nicht gegeneinander arbeiten. Wenn man das auf Digitalisierungsprojekte überträgt, dann sind die zwei Kräfte die IT an sich und der

Mensch. Und die sollten perfekt miteinander harmonieren, um den Erfolg des Projekts zu gewährleisten.

Wie wichtig ist eine klare Zielsetzung für den Erfolg solcher Projekte?

Lange: Diese ist entscheidend. Meiner Erfahrung nach ist eine interaktive Vorgehensweise in einem Zwei-Stufen-Modell der beste Weg. Schon in Phase 1, also bei der Entscheidungsfindung, sollten alle Beteiligten ein klares Big Picture vor Augen haben: Was wollen wir strategisch mit der neuen Applikation erreichen? Was ist das große Zielbild? In Phase 2 geht es dann darum, dieses Gesamtprojekt in ein Phasenmodell zu übersetzen – mit messbaren, operativen Zielen. Das hilft nicht nur dem Controlling, sondern schafft auch die Grundlage für ein wirklich erfolgreiches Projekt.

Welche Rolle spielen Gespräche mit Kunden und eine vernetzte Community bei der digitalen Transformation und auch bei der Weiterentwicklung Ihrer Lösungen?

Lange: Beides spielt eine zentrale Rolle. Deshalb stellen wir unseren Kunden und Partnern verschiedene Plattformen zur Verfügung, die das Fundament für eine markt- und kundennahe Weiterentwicklung unserer Lösungen bilden. Wir haben spezialisierte Communities für Netzbetreiber, eine eigene Stadtwerke-Community und auch eine Development Community. So beziehen wir unsere Kunden aktiv in den Entwicklungsprozess mit ein.

Inwiefern ist die aktive Einbeziehung auch für die Akzeptanz neuer Systeme wichtig?

Lange: Sehr wichtig. Anwender sollten so früh wie möglich in den Onboarding-Prozess eingebunden werden. Hier sind mittlerweile auch innovative Ansätze gefragt, weil klassische Handbücher und Leitfäden Schnee von

gestern sind. Stattdessen setzen wir auf moderne Lösungen wie Guided Tours, die es den Nutzern ermöglichen, sich interaktiv durch die Prozesse zu klicken. Am Ende einer solchen Tour haben die User nicht nur theoretisch verstanden, wie das System funktioniert, sondern es schon praktisch eingesetzt. Ich denke, dass sich diese Art des Onboardings in Zukunft weiterentwickeln wird, vor allem durch den vermehrten Einsatz künstlicher Intelligenz. KI wird nicht nur die Onboarding-Touren verbessern, sondern auch die gesamte Arbeit mit den Systemen weiter vereinfachen und noch intuitiver gestalten.

Wo wird die KI in der Energiewirtschaft bereits erfolgreich eingesetzt?

Lange: KI ist längst fester Bestandteil der Energiewirtschaft, vor allem in den Bereichen Kundenservice, Marketing und Vertrieb, also genau dort, wo unsere Lösungen ansetzen. Ein klassisches Beispiel aus dem Vertrieb: KI hilft dabei, Informationen gezielt aufzubereiten und nach Themen zu sortieren, sodass Mitarbeitende schneller und effizienter arbeiten können. Zudem wird vermehrt auf Bots, die Service-Prozesse automatisieren, und auch KI-basierte Analysen gesetzt.

Sie sprechen KI-basierte Analysen an. Wie sieht das in der Praxis aus?

Lange: KI kann zum Beispiel bei der Analyse und Verteilung von Anfragen und Anforderungen, die von den Kunden an den Versorger herangetragen werden, unterstützen. Da geht es um die Empfehlung der »Next Best Action«, sprich, der Artikulation von Handlungsempfehlungen und Prognosen. In diesen Fällen arbeiten wir mit Partnern zusammen, die uns ergänzende Module liefern, mit denen die Daten aus dem CRM-System angereichert werden.

Welche technologischen Entwicklungen werden die Energiewirtschaft in den nächsten Jahren prägen – auch im Bereich CRM?

Lange: Künstliche Intelligenz wird in der Energiewirtschaft eine immer größere Rolle spielen – sei es zur Prozessautomatisierung, für bessere Prognosen oder im Kundenmanagement. Die Herausforderung wird dann auch darin liegen, KI gezielt und mit klaren Regeln in die Unternehmensstruktur und -kultur einzubinden. Gleichzeitig setzt sich der Plattform-Gedanke immer mehr durch. Statt vieler einzelner Insellösungen brauchen Unternehmen standardisierte, aber anpassbare Systeme, die flexibel erweitert werden können.

Im CRM-Bereich zeigt sich ein ähnlicher Trend: KI spielt eine Schlüsselrolle, doch der Fokus liegt auch auf dem Thema Datenqualität. Denn nur mit verlässlichen Daten liefert die KI auch wirklich präzise und verwertbare Ergebnisse.

Kurz und kompakt: Was würden Sie Unternehmen raten, die jetzt planen, ein Digitalisierungsprojekt zu starten?

Lange: Ein erfolgreiches Digitalisierungsprojekt braucht mehr als nur gute IT-Lösungen wie CRM, XRM oder BPM, sondern muss strategisch gedacht werden. Entscheidend ist das Zusammenspiel von Technologie und Mensch. Unternehmen brauchen verlässliche Partner, flexible Systeme und vor allem ein starkes Projektteam mit realistischen Zielen. Wenn diese Faktoren zusammenkommen, lassen sich Digitalisierungsprojekte nicht nur erfolgreich umsetzen, sondern auch nachhaltig etablieren.

Jörn Kranich,
Journalist, München

>> www.cursor.de

NEWS | MAGAZINE | JOBS | MARKTPARTNER | TERMINE



Aktuell und spartenübergreifend

www.energie.de

Das Portal der Energiewirtschaft

