

CRM und Digitalisierung in der Energiebranche

„Stadtwerke sind absolut offen für Innovation“

Laut dem Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft müssen etwa 1,6 Millionen dezentrale Erzeugungsanlagen integriert und die Verteilung und Steuerung des Stroms neu organisiert werden. Bei der Bewältigung dieser Mammutaufgabe ist die Digitalisierung der entscheidende Faktor. Andreas Lange, Vorstand Vertrieb, und Jürgen Heidak, Vorstand Software und Beratung bei der Cursor Software AG, erläutern, wie ein professionelles Customer Relationship Management der Hebel für die erfolgreiche Umsetzung der Digitalisierung im Unternehmen sein kann.

Herr Lange, Herr Heidak, vor welchen Herausforderungen stehen die Versorger heute in puncto Digitalisierung?

Andreas Lange: Energieunternehmen müssen heutzutage riesige Datenmengen aus Einspeisung, Netzbetrieb oder Smart Metering handeln. Das Ziel: Das Aufsetzen effizienter, schneller und automatisierter Prozesse. Nur so können Stadtwerke und EVU die Datenflut bewältigen, mehr über die Bedürfnisse der Kundschaft erfahren und passende Produkte und Services anbieten.

Jürgen Heidak: Apropos Bedürfnisse der Kundschaft: Auch die befindet sich im Wandel. Insofern sind optimierte interne Prozesse notwendig, um darauf angemessen reagieren zu können. Das Produkt Strom selbst ändert sich auch in einer digitalen Welt nicht. Allerdings entstehen neue Vertriebswege, um dieses Produkt zu vermarkten und neue Anforderungen der zu beliefernden Kundschaft zu bedienen. Die wird immer mehr vom reinen Konsument zum aktiven Marktakteur und damit zum Prosumer. Die digitale Kundschaft bevorzugt heute komfortable, personalisierte und sofort verfügbare Produkte und eine spezifische Ansprache. An dieser Stelle kommen CRM-Plattformen wie unsere „Tina“ für Netzbetreiber und „Evi“ für Energievertrieb und -dienstleistung ins Spiel. Damit und darüber kann der Vertrieb die Interaktion mit der Kundschaft zusammenführen. Und zwar sowohl online, offline oder auch mobil.



Foto: PantherMedia/stockasso

Ein CRM wird im Unternehmen so zum digitalen Dreh- und Angelpunkt, das neue Geschäftsmodelle befeuert, Daten nutzbar macht und so als Digitalisierungstreiber fungiert.

Haben Sie ein konkretes Beispiel?

Lange: Selbstverständlich. Vor Kurzem ist „Tina“ bei einem der größten deutschen Übertragungsnetzbetreiber produktiv gegangen. Die Lösung kommt dort als Marktpartner-Management-System zum Einsatz und unterstützt insbesondere beim Abschluss und der Verwaltung von Bilanzkreisverträgen. CRM-Komponen-

ten, wie Ansprechpersonen- und Aktivitätsmanagement oder das transparente Dokumentenmanagement garantieren eine noch effizientere Kommunikation mit Bilanzkreisverantwortlichen. Wichtig ist uns auch, dass Anwenderinnen und Anwender sich deutlich weniger als zuvor um die manuelle Datenpflege kümmern müssen. „Tina“ bildet die Grundlage für eine komplett digitale, prozessgestützte Arbeitsweise, indem Geschäftsprozesse soweit wie möglich standardisiert und systemübergreifend automatisiert werden. Das System nimmt seine Anwenderinnen und Anwender sozusagen an die Hand,

führt sie Schritt für Schritt durch den Prozess, was im Ergebnis für mehr Komfort und deutlich weniger Fehler sorgt.

Heidak: Eine prozessgestützte Arbeitsweise setzt auch voraus, dass Usern die relevanten Daten zu Geschäftspartnern und Kundschaft zentral zur Verfügung stehen und nicht in unterschiedlichsten Anwendungen verteilt sind. Daher betonen wir in diesem Kontext auch immer wieder die Wichtigkeit von CRM als Plattform. Soll heißen: Unsere Lösungen sind Datendrehscheibe und Integrationsplattform zugleich, quasi ein Informationshub mit 360-Grad-Blick auf die Belange der Kundschaft. Stand heute betreuen wir bei unseren aktiven Kundinnen und Kunden über 400 Anbindungen an unterschiedlichste Systeme. Ein aktuelles Beispiel ist die Integration der BDEW-Schnittstelle in „Tina“ – ebenfalls bei besagtem Übertragungsnetzbetreiber. Über die Anbindung werden potenzielle Bilanzkreisverantwortliche automatisiert ins System übertragen und Bearbeitende von der manuellen Anlage dieser Daten befreit.

Das heißt, Sie sehen sich weniger als CRM-, sondern vielmehr als Plattform-Anbieter?

Lange: Wir sehen uns tatsächlich in dieser Rolle, ja. Und das weiß auch unsere Kundschaft, da unsere Lösungen in unterschiedlichsten Branchen zum Einsatz kommen. Was wir bieten geht über klassisches Kundenbeziehungsmanagement hinaus. Unser Anspruch ist es, der Kundschaft eine Plattform, sprich, den digitalen Knotenpunkt zur Abbildung aller Datenkonstrukte und (Geschäfts-)Beziehungen zu bieten. Besagte Integrationsmöglichkeiten, aber auch neue Partnerschaften mit relevanten Marktplayern sind dafür essentiell.

Herr Heidak, Sie sprachen gerade von neuen Geschäftsmodellen. Sehen Sie im Markt Anzeichen für eine Diversifizierung des Portfolios der Versorger und Netzbetreiber?

Heidak: Definitiv. Bei uns zeigt sich das an der gestiegenen Nachfrage nach Prozessen zur Abwicklung von Energiedienstleistungen. Wir haben bereits darauf reagiert und entwickeln gemeinsam mit der Kundschaft ein eigenes EDL-Modul für unsere CRM-Lösungen in der Development Community. Das Konzept dahinter ist einfach: Wir bringen das erforderliche



Jürgen Heidak, Vorstand Software und Beratung bei der Cursor Software AG: „Die digitale Kundschaft bevorzugt heute komfortable, personalisierte und sofort verfügbare Produkte und eine spezifische Ansprache.“ Foto: Cursor



Andreas Lange, Vorstand Vertrieb bei der Cursor Software AG: „Auch die Energiewirtschaft öffnet sich aufgrund besserer Flexibilität und Skalierbarkeit für die Cloud.“ Foto: Cursor

technische Know-how ein; die Kundschaft und Partnerunternehmen ihr Fachwissen direkt aus der Praxis. Durch den kontinuierlichen Austausch können sich die Teilnehmenden aktiv an der Mitgestaltung unserer Lösungen beteiligen und unter anderem von geteilten Entwicklungskosten profitieren. Neben der intensiven Zusammenarbeit mit der Kundschaft bringen wir unsere PS durch Marktnähe und die konsequente Weiterentwicklung unserer Produkte auf die Straße.

Lange: Stichwort Marktnähe: Durch unseren CRM-Kongress, die Development Community und natürlich die tägliche Arbeit mit unserer Kundschaft haben wir einen guten Draht zur Branche und wissen, was der Markt fordert. Diesen Vorteil gilt es zu nutzen; zum Beispiel, indem wir erfolgreiche Best-Practices in marktreife

Module und standardisierte Prozesse umsetzen. Frei nach dem Motto: So viel Standard wie möglich, so viele Anpassungen wie nötig.

Eine abschließende Frage zum Thema Cloud: Cloud-Lösungen stehen laut Bitkom bei den Unternehmen hoch im Kurs. Wie sehen Sie diese Entwicklung in Zusammenhang mit der Energiebranche und insbesondere hinsichtlich CRM?

Lange: Unser Eindruck ist: Auch die Energiewirtschaft öffnet sich aufgrund besserer Flexibilität und Skalierbarkeit für die Cloud. Generell sind Stadtwerke und Energieversorger unserer Erfahrung nach absolut offen für Innovation. Viele Kundinnen und Kunden hosten ihre Lösung in der eigenen IT-Umgebung beziehungsweise in der Private Cloud und haben damit die volle Kontrolle über ihr System. Beide Modelle haben Vorteile. Um das Beste aus der CRM-Lösung herauszuholen, müssen vorhandene und zukünftige IT-Anforderungen genau unter die Lupe genommen werden. Fällt die Entscheidung pro Cloud, wie etwa bei unserem Kunden EnBW Handel, entfällt der Invest für den Ausbau der erforderlichen IT-Infrastruktur, wie Server-Hardware. Auch zusätzliche Personalressourcen für technischen Betrieb und Instandhaltung sind nicht erforderlich.

Und wie sieht es in Sachen Datenschutz aus? Ist der Markt problematisch?

Heidak: Ganz klares „Ja“. Wie wir wissen, ist auch die Software-Branche nicht vor Ransomware-Attacken oder anderen gefeit. Auch die Java-Sicherheitslücke „Log4Shell“ hat vor Kurzem wieder gezeigt, wie verwundbar IT-Systeme sein können. Damit unsere Kundschaft auf der sicheren Seite ist, haben Datenschutz und IT-Sicherheit deshalb höchste Priorität. Beispielsweise werden die CRM-Daten ausschließlich in einem zertifizierten Rechenzentrum in Deutschland gehostet. Zudem entfällt die sogenannte Drittland-Problematik. Als CRM-Anbieter mit Sitz in Deutschland haben wir keinerlei Zugriff auf personenbezogene Daten. Bei US-amerikanischen CRM-Herstellern ist dies selbst dann nicht gewährleistet, wenn besagte Daten auf europäischen Servern liegen. Auch hier gilt es daher aufzuklären und Datenschutzbedenken vorzubeugen.

Herr Lange, Herr Heidak, vielen Dank für das Gespräch.