AUSGABE 7 | JULI 2025
ZEITUNG FÜR KOMMUNALE WIRTSCHAFT ZfK

MEINUNG

ZÄHLERMANAGEMENT BETRIFFT NICHT NUR STROMZÄHLER

Thomas Hemmer, Saarbrücken

In der Diskussion um die Digitalisierung der Energiewirtschaft stehen derzeit unter anderem der Smart-Meter-Rollout und die Anforderungen an § 14a EnWG im Fokus. Doch bei allem berechtigten Interesse an intelligenten Messsystemen darf nicht vergessen werden: Auch das klassische Zählermanagement ist und wird die nächsten Jahre eine tragende Säule der Grundversorgung – vor allem in den Bereichen Wasser, Gas oder Fernwärme. Wer diese Sparten organisatorisch oder strategisch vernachlässigt, riskiert nicht nur operative Brüche, sondern verspielt die Chance auf eine umfassende Digitalisierung, die alle Medienarten einschließt.

Die Realität in vielen Stadtwerken sieht heute so aus: Neben den verpflichtenden Rollouts im Strombereich sind weiterhin Millionen konventioneller Zähler verbaut, die regelmäßig gewechselt oder abgelesen werden müssen. Allein für diese Aufgabe braucht es flexible, skalierbare Prozesse – und zwar auf einem Niveau, das mit den Anforderungen an moderne IT-Systeme und knappe Personalressourcen mithalten kann. Digitalisierung und Effizienz sind hier keine Option mehr, sondern ein Muss.

Fachkräftemangel als Treiber für Kooperationen

Ein Blick in die Praxis zeigt, dass der Fachkräftemangel dabei zunehmend zum zentralen Engpass wird. Viele Stadtwerke berichten von Schwierigkeiten, qualifiziertes Ablese- oder Montagepersonal zu finden.

Die Reaktion darauf kann erfreulich pragmatisch sein: In einigen Regionen entstehen Kooperationen oder sogar eigenständige Dienstleistungsstrukturen, die Know-how und Ressourcen mehrerer Stadtwerke bündeln und als regionale Zählerwechsel-Dienstleister auch für externe Kommunen tätig werden. Denn die Unterstützung durch smarte Ablese- und Workforce-Management-Systeme sowie digitale Prozesse machen es möglich, auch mit begrenztem Personalbestand professionelles Zählermanagement zu betreiben – vorausgesetzt, die Systeme sind durchdacht, flexibel und mandantenfähig.

Ein zentrales Thema dabei ist die technische Architektur der eingesetzten Lösungen. Wer langfristig erfolgreich digitalisieren will, sollte sich frühzeitig mit Fragen der Interoperabilität und Zukunftsfähigkeit beschäftigen. Proprietäre Systeme einzelner Hersteller mögen im ersten Moment bequem erscheinen – auf lange Sicht führen sie jedoch oft in eine kostspielige Abhängigkeit. Denn wenn Zähler, Software und Datenformate nicht offen standardisiert sind, wird jeder spätere Wechsel zur Herausforderung. Gerade in einem Umfeld, in dem Investitionszyklen lang sind und Strukturen wachsen sollen, kann dies zum Hemmschuh werden. Offene Standards wie der OMS-Standard ermöglichen dagegen eine hardwareunabhängige Gestaltung der Prozesse. So können Stadtwerke ihre Lieferanten wechseln oder Technologien anpassen, ohne jedes Mal ihr Gesamtsystem umbauen zu müssen. Das schafft Freiräume, um flexibel auf Marktentwicklungen zu reagieren und verhindert, dass Digitalisierung in eine Sackgasse führt.

Digitalisierung braucht Praxisnähe

Mindestens genauso wichtig wie die Technik ist der Bezug zur täglichen Arbeit. Lösungen, die in der Praxis nicht verstanden, akzeptiert oder genutzt werden, bleiben wirkungslos. Deshalb gilt: Digitalisierung muss nicht nur funktionieren, sie muss auch anschlussfähig sein – für kaufmännische Sachbearbeiter ebenso wie für Monteure im Außendienst.

Workforce-Management-Systeme mit mobilen Anwendungen zeigen, wie durchdachte Digitalisierung echten Nutzen stiftet. Wenn Aufträge automatisch geplant, Touren optimiert und Terminänderungen vom Kunden ohne manuelle Rücksprachen möglich sind, entsteht eine Win-win-Situation: Kunden erhalten besseren Service, Personal wird entlastet und Unternehmen profitieren von mehr Effizienz und Qualität in den Prozessen.

Zählermanagement ist heute mehr als Ablesen und Wechseln. Es ist eine strategische Querschnittsaufgabe zwischen Netzbetrieb, Kundenservice, IT und Personalplanung. Wer hier nicht nur reagiert, sondern vorausschauend handelt, schafft die Voraussetzungen für eine nachhaltige Digitalisierung – unabhängig von Sparte, Unternehmensgröße oder geografischer Lage. Und manchmal beginnt diese Zukunft eben nicht mit einer neuen Technologie, sondern mit der einfachen Entscheidung, Prozesse besser zu organisieren.

Thomas Hemmer,
Geschäftsführer bei der co.met GmbH
Bild: © co.met

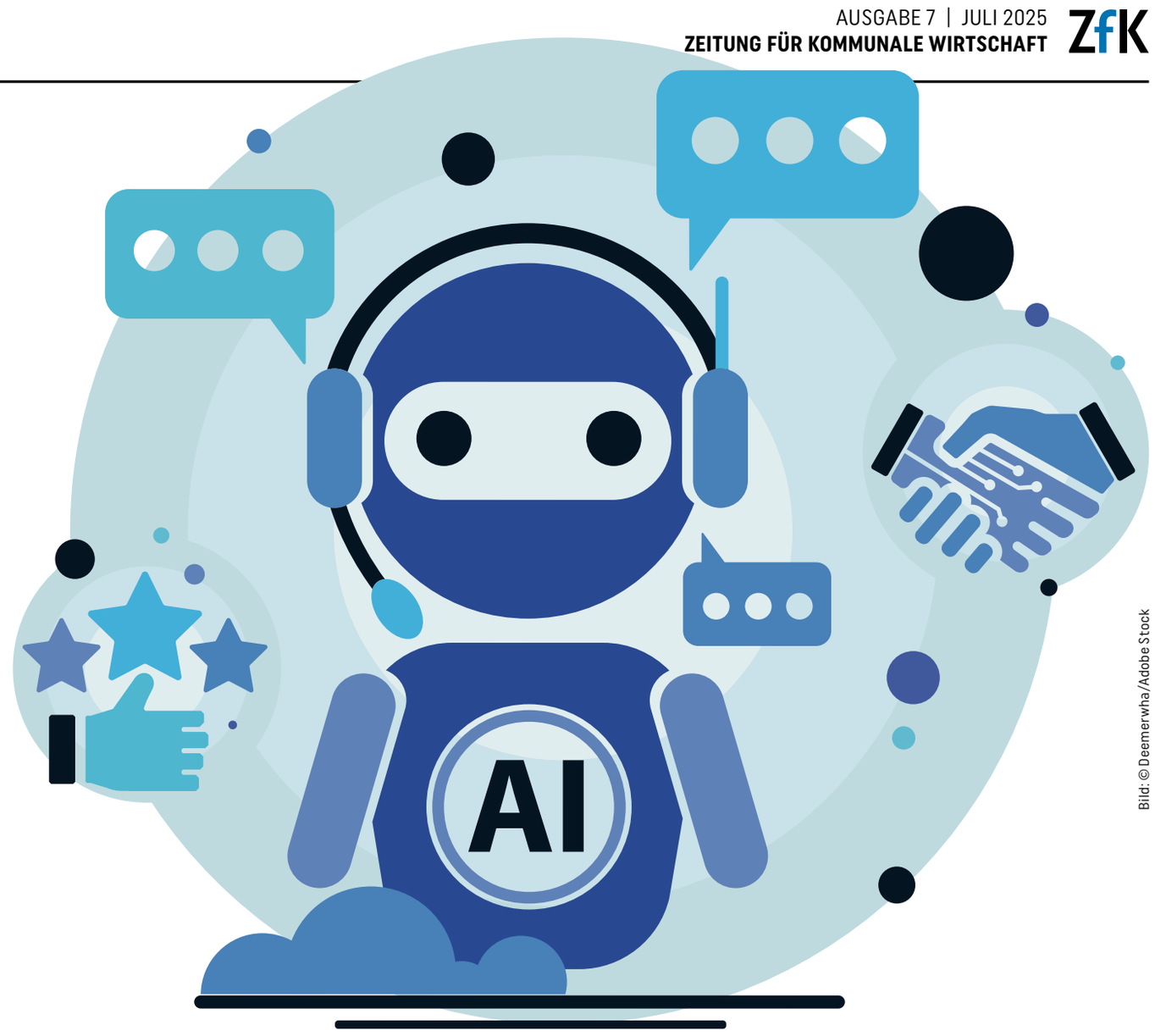

Bild: © Deemerwha/Adobe Stock

Wie KI die Beziehung zu Kunden neu definiert

Smartes CRM-System Sie entwickeln sich zunehmend zu digitalen Schaltzentralen für Kundenservice, Vertrieb und Prozessoptimierung. Mit dem Einsatz von künstlicher Intelligenz eröffnen sich neue Spielräume für Automatisierung, Effizienz und Personalisierung.

Jürgen Heidak, Frankfurt am Main

Customer-Relationship-Management(CRM)-Systeme sind in der digitalen Ära zu einem zentralen Instrument für Unternehmen geworden, um langfristige Kundenbeziehungen strategisch aufzubauen und zu pflegen. Längst geht es dabei nicht mehr nur um die Verwaltung von Kontaktdaten oder die Koordination von Vertriebsaktivitäten: Ein modernes CRM-System dient heute als umfassende Digitalisierungs- und Business-Plattform. Eine zunehmend entscheidende Rolle spielt dabei die künstliche Intelligenz (KI), die sich in den letzten Jahren als integraler Bestandteil moderner CRM-Lösungen etabliert hat – auch und besonders in der Energiewirtschaft. Als Dienstleistungssektor mit hoher Kundeninteraktion und einem komplexen, sich wandelndem regulatorischen Umfeld ist die Branche auf leistungsfähige, flexible CRM-Systeme angewiesen.

KI als Herzstück moderner CRM-Systeme

CRM-Anbieter wie Cursor Software haben künstliche Intelligenz fest in ihre Systeme integriert. Die Technologie erkennt die Wahrscheinlichkeit von Anbieterwechseln, empfiehlt Next-Best-Actions und unterstützt bei der Kundenkommunikation – zum Beispiel durch den Einsatz von Voice-Bots, wie sie von Spezialisten wie der A/V/E GmbH entwickelt werden.

Ein großer Vorteil liegt überdies in der Automatisierung von Routineaufgaben. Standardprozesse wie das Beantworten häufiger Anfragen, die Erstellung von E-Mails oder die Kategorisierung von Anliegen lassen sich effizient abwickeln. In der Energiewirtschaft mit ihrem hohen Aufkommen an Kundenkontakten zeigt sich diese Effizienz besonders deutlich: Callcenter werden entlastet, Reaktionszeiten verkürzt und die Kundenzufriedenheit nachhaltig gesteigert.

BPM und KI: Intelligente Prozessautomatisierung

Besonders wirkungsvoll ist der Einsatz von KI in Kombination mit Business-Process-Management (BPM). Während letzteres CRM-Prozesse strukturiert, ermöglicht KI deren dynamische Optimierung. Wiederkehrende Aufgaben lassen sich automatisiert ausführen, während lernfähige Modelle sich an neue Rahmenbedingungen anpassen. Zusätzlich erlaubt KI in ihrer ausgereiftesten Form eine laufende Prozessüberwachung mit der Fähigkeit, in Echtzeit Anpassungen vorzunehmen.

Der Einsatz modularer KI-Toolkits innerhalb von CRM-Plattformen eröffnet zudem neue Spielräume: Unternehmen können damit KI-Funktionen individuell konfigurieren, eigene Modelle anbinden und diese im Einklang mit Compliance-Vorgaben betreiben. Damit wird KI nicht zur Lösung »von der Stange«, sondern zu einem strategischen Differenzierungsfaktor.

Herausforderungen im Blick behalten

Trotz der vielversprechenden Potenziale gibt es auch Herausforderungen. Eine hohe Datenqualität ist Grundvoraussetzung für aussagekräftige Ergebnisse. Viele Unternehmen kämpfen mit fragmentierten Datenstrukturen und inkonsistenten Informationen. Moderne CRM-Systeme bieten hier bereits integrierte Werkzeuge – etwa zur Dublettenprüfung oder zur Anzeige der Datenqualität – um eine solide Basis für KI-Anwendungen zu schaffen.

Auch Datenschutz und regulatorische Vorgaben – gerade im Umgang mit personenbezogenen Daten – spielen in der Energiebranche eine zentrale Rolle. Ebenso entscheidend ist die Akzeptanz innerhalb der Organisation: KI muss mit klaren Regeln und einem strukturierten Change Management einhergehen.

Zukunftsperspektiven: Echtzeit, Kontext, Personalisierung

Kundinnen und Kunden verlangen von ihrem Energieversorger heute neben 24/7-Erreichbarkeit eine Kommunikation, die proaktiv und individuell auf sie zugeschnitten ist. Die Kombination aus CRM und KI eröffnet der Energiewirtschaft enorme Chancen für mehr Effizienz, eine bessere Customer Experience und neue datengetriebene Geschäftsmodelle in einem immer dynamischer werdenden Marktumfeld. Denn eines steht fest: Wer KI strategisch integriert, schafft die Grundlage für nachhaltigen Erfolg in einer digitalen Welt.

Jürgen Heidak,
CEO der Cursor Software AG
Bild: © Cursor Software AG