

## Digitalisierung

- ▶ KI als Game Changer?
- ▶ Kundenkommunikation 2.0
- ▶ Blockchain

## Zukunft Energie

- ▶ Effizienz und Dezentralisierung
- ▶ Flexible Energiesysteme
- ▶ Kooperationen als Chance

## Energiewende

- ▶ Strommarktdesign im Wandel
- ▶ Speicherlösungen als Baustein
- ▶ Verzahnung von Energie & Industrie

## Netze

- ▶ Netzausbau vs. Smart Grids
- ▶ Big Data – wer hat die Hoheit?

# Handelsblatt **Journal**

Eine Sonderveröffentlichung der EUROFORUM Deutschland

JANUAR 2018 | WWW.HANDELSBLATT-JOURNAL.DE

# ENERGIEWIRTSCHAFT



Transformation, Digitalisierung & neue Geschäftsfelder

Energizer of the Year 2017 Håkan Samuelsson S. 24

**EUROFORUM**

Medienpartner

**Handelsblatt**  
Substanz entscheidet.

# It's the customer, stupid!

## In sechs Schritten zum digitalen Forderungsmanagement

von Mirko Krauel

In konsumintensiven Branchen sind Zahlungsverzögerungen besonders häufig, das belegt eine aktuelle BDIU-Umfrage: So geben 50 Prozent der befragten Inkasso-Unternehmen an, dass Energieversorger häufig von Zahlungsausfällen betroffen sind. Schonende, aber effektive Mahnprozesse sollten in der digitalen Ära dennoch eine positive Customer Experience schaffen - in sechs Schritten:

**1. Kultur:** Ein kundenzentriertes Forderungsmanagement erfordert eine neue Haltung gegenüber dem Endkunden. Wer heute den Begriff „Schuldner“ nutzt, hat es nicht verstanden.

**2. Daten:** Um auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen zu können, sind Daten essentiell. Eine Möglich-



Mirko Krauel,  
CEO collectAI

keit für bessere Datensätze ist eine Incentivierung bei Registrierung im Online-Portal.

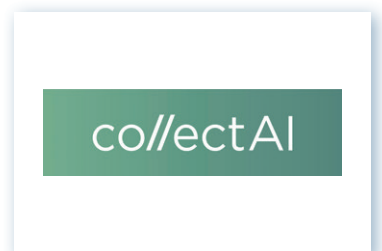
**3. Kommunikation:** Der Einsatz digitaler Kanäle stellt die Kundennähe sicher. So erreichen E-Mail oder SMS insbesondere jüngere Kundengruppen eher.

**4. Timing:** Kunden sollten stets über den Mahnprozess erinnert werden. Eine erste Interaktion über das Inkasso ist nicht empfehlenswert, möchte man die Kundenbeziehung erhalten.

**5. Payment Page:** Digitale Nachrichten sollten stets einen Link zu einer responsive Website beinhalten. Diese zeigt transparent die Forderung, ermöglicht die direkte Kontaktaufnahme und bietet unterschiedliche direkte Bezahlungsmöglichkeiten, um die Rechnung zu begleichen.

**6. Automatisierung und Optimierung via AI:** Smarte Prozesse schonen die Mitarbeiterkapazitäten, erzielen bessere Ergebnisse und senken die Prozesskosten

[www.collect.ai](http://www.collect.ai)



# Umbau oder doch Neubau

## Was müssen Energieversorger tun, um Kunden zu überzeugen?

von Dr. Thomas Schlaak

Dass Kunden Veränderungen erwarten, hat sich mittlerweile in der Energiewirtschaft herumgesprochen. Auch eine aktuelle Deloitte-Befragung von 1.000 Stromkunden bestätigt, dass Kunden aller Altersgruppen schon heute stark digitale Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme erwarten. Verbraucher fordern nicht nur die moderne, digitale Ansprache, sie beginnen auch neue Produkte und Services in Anspruch zu nehmen, die die Energieversorger aus einer Tarif- in eine Produktwelt führen. Das Leistungsangebot ist bekannt und reicht vom PV-Batteriebundle bis zur Smart Home-Lösung für den Mieter samt Mieterstrom. Um diese neuen Marktchancen zu nutzen, müssen Mitarbeiter neue Prozesse samt IT-Landschaft einführen, gestalten und betreiben, um agiler, technologieorientierter und kundennäher arbeiten zu können. Solange dieses Neugeschäft als Zusatzgeschäft betrachtet und damit meist als Parallelveranstaltung abgefahren wurde, hielt sich die Komplexität in Grenzen. Heute ist klar, dass dieses Neugeschäft das Kerngeschäft der Energieversorger in der Zukunft ist. Es stellen sich deshalb fundamentale Fragen, wie

das Kerngeschäft weiterentwickelt werden muss. Reicht ein Umbau des bestehenden oder ist ein Neubau mit digitalisierten, automatisierten Prozessen, auf Basis cloudbasierter IT-Lösungen für alle Kundensegmente nötig?

Die Vorteile eines Neubaus liegen auf der Hand: Indem der Prozessballast abgelegt wird und Kunden stärker eingebunden werden, kann ein Quantensprung im Absenken der Betreuungskosten - bei besserer Produkt- und Prozessqualität - geliefert werden. Allerdings sind die Investitionskosten für einen kompletten Neubau beachtlich, auch wenn die immensen Summen aus der ersten Welle der Energiemarktlibe-

ralisierung heute nicht mehr bezahlt werden müssen. Weil der Einmalaufwand (Capex) aber im Vergleich zu den Betriebskosten (Opex) unverhältnismäßig hoch ist, zeigen Deloitte's Kalkulationsmodelle, dass Energieversorger weit über eine Millionen Kunden brauchen, um die Betreuungskosten minimieren zu können. Ein kompletter Neubau scheint also größeren Versorgern vorbehalten und die Konsolidierung von Unternehmen im Vertriebsgeschäft erhält neuen Schub. Die viel beschworene „Disruption“ kommt somit nicht nur von außen, sondern entsteht letztlich vielleicht am stärksten aus der Energieindustrie heraus.

[www.deloitte.com/de](http://www.deloitte.com/de)



Dr. Thomas Schlaak,  
Partner Strategy & Operations,  
Deloitte

