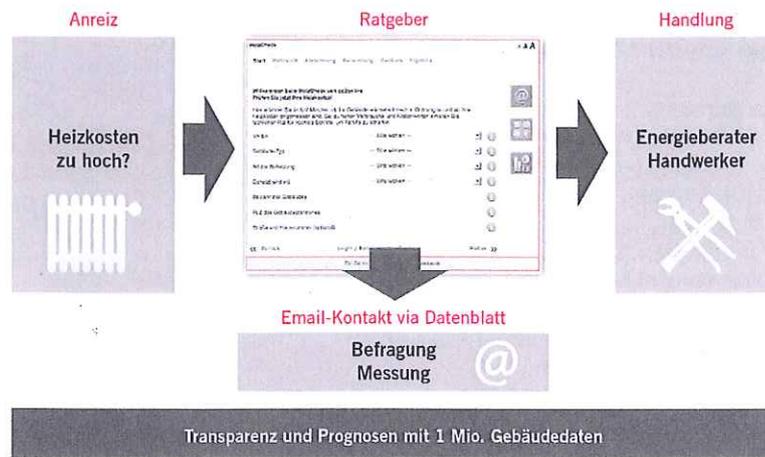


Energieeffizienz als Geschäftsmodell für Stadtwerke

SMART HOME | Energieeffizienz gewinnt im politischen und gesellschaftlichen Diskurs einen immer höheren Stellenwert. Die aktuellen und kommenden Ordnungs-politischen Vorgaben der Bundesregierung lassen keinen Zweifel, dass sich die Geschäftsmodelle der Energieversorger grundlegend ändern werden, beispielsweise durch die Einführung des Smart Metering. Energieeffizienz-Geschäftsmodelle lassen sich jedoch auch ganz ohne Zähler realisieren. Wichtig ist dabei auch die richtige Kommunikationsstrategie.

Smart ohne Meter



okale Energieversorger haben einen klaren Standortvorteil: Sie sind vor Ort präsent und gelten per se als energiekompetent. Diese Glaubwürdigkeit gilt es zu nutzen, wenn es um den Aufbau neuer Geschäftsmodelle geht. Den einfachsten Einstieg bietet die "Energieberatung". Aber gerade für kleine und mittelgroße Stadtwerke sind die Kosten für den Aufbau einer eigenen Beratungsabteilung oft zu hoch. Die konventionelle Aufklärung über vorhandene Einsparpotenziale bei Endverbrauchern beispielsweise mit Hilfe von Informati-

onsbroschüren – ist dagegen oftmals unzulänglich und wirkungslos. Denn damit werden die Möglichkeiten zur Steigerung der Energieeffizienz für Endverbraucher in der Regel nur pauschal kommuniziert, also ohne individuellen Bezug auf die spezielle Situation des Einzelnen.

In Zusammenarbeit mit dem Portal CO2online hat Schleupen einen neuen Weg entwickelt: Spezifische Beratungsangebote lassen sich über das Internet anbieten, ohne dass dafür intern Personal- und Kompetenzressourcen aufge-

Dialog-Ansatz von CO2online: das Ratgeber-Prinzip.

baut werden müssen. Mit interaktiven Energiespar-Ratgebern können Informationsdefizite zu persönlichen Energie-sparpotenzialen gezielt abgebaut werden. Diese Online-Ratgeber bieten eine individuelle Dialogberatung zu allen Facetten des häuslichen Energieverbrauchs. Durch den regelmäßigen Zugriff des Endverbrauchers auf die Web-

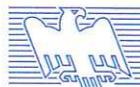
IHR ZUVERLÄSSIGER
PARTNER

So elektrisieren Sie neue Kunden: mit der Schnittstelle zwischen Immobilien- und Energiewirtschaft.

Energieabrechnungen spielen in der Wohnungswirtschaft eine besonders kritische Rolle. Kein Thema führt zu mehr Spannungen unter den Partnern. Mit BK 01 immoconnect lösen Sie dieses Problem schnell und sicher. Es arbeitet standardisiert, automatisiert und mit klar zugeordneten Empfänger- und Kostenkonten. Ihre Kunden werden Feuer und Flamme sein!

Mehr unter www.aareal-BK01immoconnect.com

Aareal
BK 01
immoconnect



Aareal Bank

seite des Versorgers bei Nutzung der Online-Berater steigt die Identifikation mit diesem deutlich. Auf diese Weise sind die Online-Ratgeber zugleich auch ein ideales Kundenbindungsinstrument.

Integration schafft Mehrwert

Durch die Anpassung an das jeweilige „Look and Feel“ der eigenen Web-Seiten sind die Online-Ratgeber als eigenständiges Service-Angebot eines Versorgungsunternehmens positionierbar. Über die Integration des CO2online-Energiesparkontos in Schleulen.CS, insbesondere in die Vertragsabrechnung, können Stadtwerke auch weitergehende Angebote aufbauen. So werden beispielsweise Zählerwerte, die von Kunden in die Internet-Formulare eingetragen werden, über die Mechanismen von



Mit dem Smartphone lässt sich über das Internet die Heizung im Haus steuern.

CS.IT_Internet-Tools direkt in die Verbrauchsabrechnung überspielt. Im Gegenzug sind die bestehenden Lieferverträge in die Verbrauchsanalysen einbeziehbar und die Kunden über mögliche Alternativen informiert. Besonders interessant wird dies im Zusammenhang mit dem Smart Metering und neuen zeitabhängigen Tarifen. Denn auch die aktuellen Verbrauchswerte, die über die neuen digitalen Zähler erfasst werden, sind auf diese Weise in Beratungsangebote integrierbar. Langfristig lässt sich so eine zentrale Kommunikationsschnittstelle zum Kunden aufbauen, mittels der die Energieeffizienz gesteigert, Mehrwerte angeboten und Prozesse des Versorgungsunternehmens optimiert sowie automatisiert werden können.



Der Weg ins Smart Home

Mit seinem eHome-Ansatz hat Schleulen gemeinsam mit dem Kooperationspartner EQ-3 AG eine Lösung entwickelt, die es Versorgern ermöglicht, schnell eigene Angebote aufzubauen und zu vermarkten. Auch hier ist es nicht notwendig, die Kompetenz im eigenen Hause aufzubauen, denn die Funktionalitäten werden über externe Server bereitgestellt und Ressourcen, beispielsweise für Hotline und Logistik, bei Dienstleistern bezogen. Mit der webbasierten Lösung des eHome-Portals wird eine hochflexible und mobile Steuerung des Hauses über jeden Internetzugang möglich, beispielsweise über Notebook, Tablet oder Smartphone. Durch frei konfigurierbare Zeitpläne kann der Endkunde einfach mittels Websoftware im eHome-Portal beispielsweise den Heizkörpern in unterschiedlichen Räumen verschiedene Temperaturprofile zuordnen. Mit dieser Komfortfunktion werden Räume dann nur noch bedarfsabhängig beheizt. Sinnvolle Funktionen wie Fensterkontakte können die Energieeffizienz zusätzlich steigern: Wird beispielsweise ein Fenster geöffnet, senkt eHome die Temperatur des darunter befindlichen Heizkörpers. Aber auch weitere Steuerungsmöglichkeiten lassen sich in eHome integrieren, beispielsweise für elektrische Verbraucher.

Mit den Smart-Home-Anwendungen von Schleulen können Versorgungsunternehmen ihre Kundenbindung weiter steigern. Beispielsweise durch die Kopplung der eHome-Funktionen mit den Angeboten des Kundenservice-Portals. So können Energieversorger ihren Kunden bei Nutzung von eHome beispielsweise günstigere Bezugskonditionen auf Kernprodukte oder einen Bonus für die Nutzung der Online-Services gewähren. Bei der Kopplung des eHome-Angebots mit einem Energielieferarif besteht zudem die Möglichkeit einer Preisdiversifizierung. Dadurch können

Im Smart-Metering-Szenario zeigt das Energiecockpit die aktuelle Verbrauchssituation an.

sich insbesondere lokale Versorger offensiv gegen die Discounterstrategien im Markt aufstellen.

Mehrwerte richtig vermarkten

Für alle Mehrwertangebote im Bereich der Energieeffizienz gilt, dass vor dem Projektstart zunächst eine genaue Analyse der Situation vor Ort durchgeführt werden sollte. Denn es kommt nicht nur darauf an, die Angebote an die jeweiligen Zielgruppen anzupassen. Auch die Anforderungen seitens des Versorgungsunternehmens unterscheiden sich, je nachdem ob es sich um kleine, mittelständische oder große Versorger handelt. Dabei spielen Parameter wie Risikobereitschaft, Budget, Fertigungstiefe und Kapazität, Innovationsfreudigkeit, Intensität und Dauer der inhaltlichen Vorbereitung sowie Qualifikation und Arbeitsteiligkeit beim Energieversorger eine Rolle. Die Schleulen-Tochter Visos hat dazu ein ganzheitliches Vorgehensmodell entwickelt. Denn nicht nur die Prozesse und die Organisation müssen bestmöglich auf die neuen Geschäftsmodelle ausgerichtet werden. Auch die Positionierung des Unternehmens, die Gestaltung der Produkte und die Marketingstrategie müssen stimmen, wenn man das neue Geschäftsfeld „Energieeffizienz“ erfolgreich etablieren will. Deswegen sollten Versorgungsunternehmen darauf achten, dass im Projektteam nicht nur Fachleute für Organisations- und Prozessberatung sitzen, sondern auch Vertriebs- und Marketing-Spezialisten. Nur so können Positionierungen erarbeitet und spezifische Angebote entwickelt werden, die am Ende tatsächlich beim Kunden ankommen.

Bernhard Mildebrath, Schleulen AG
www.schleulen.de