

Kundenservice 5.0: Kreative Kundenlösungen in Zeiten von COVID-19

Wolfram M. Walter, PMD Akademie Gera

Im Grundsatz betreiben alle Energieversorgungsunternehmen (EVU) recht viel Aufwand, um Marketingkampagnen auf den Weg zu bringen. Das klappt im Tagesgeschäft mal mehr oder weniger gut. In den aktuellen Krisenzeiten zeigt sich, welches Unternehmen in ihrer Produktentwicklung und Kundenkommunikation wirklich kreativ ist und die Sichtweise der Kundinnen und Kunden einnimmt. Diese Vorgehensweise würde nämlich der „Kundenservice 5.0-Philosophie“ entsprechen. Leider haben das nur wenige EVUs in den letzten Wochen umgesetzt.

Einstimmung

Insbesondere lokal orientierte EVUs haben in der Bevölkerung einen hohen Stellenwert. Allerdings ist dies kein Garant dafür, dass jahrelang treue Kunden auch in der Zukunft bei dem lokalen Versorger bleiben. Energiediscounter mit günstigen Preisen und insbesondere tollen Wechselboni locken. Haben die EVUs vor Jahren damit geworben, dass nur ihre Energie sicher sei, versucht man nun mit dem „besten Service vor Ort“ zu punkten. Die Praxis zeigt leider, dass dies häufig nicht der Realität entspricht.

Früher reichte es aus, über ein rudimentäres CRM-System zu verfügen. Eine Forrester-Studie aus dem Jahr 2018 belegt, dass es eine große Lücke zwischen Kundenservice und Kundenerwartungen gibt. Forrester zufolge glauben 80 Prozent der Unternehmen, einen herausragenden Customer Service bereitzustellen, doch nur 8 Prozent ihrer Kunden haben das Gefühl, eben diesen herausragenden Service zu bekommen. Um die sich ändernden Kundenanforderungen zu erfüllen, muss der Kundenservice neu definiert werden. [1]

Eine Studie von Intergam zeigt die Top-Ziele von Führungskräften aus dem Kundenservice:

- Mehr Effizienz
- Verbesserte Kundenzufriedenheit
- Kundenservice als strategischer Teil des Betriebs

Natürlich bleibt die oberste Priorität, den Kundenservice zu optimieren. Nach den Studien von Bain and Company und Harvard Business School kann eine um 5 Prozent verbesserte Kundenbindung den Unternehmensumsatz bis zu 95 Prozent steigern. [1]

Dabei reichen nach Meinung von Experten schon 5 Kriterien aus, um die Kundenbindung zu stärken:

1. Das häufig eingesetzte Ticket-System mit einer anonymen Bearbeitungsnummer sollten einer persönlichen Beziehung weichen.
2. Eingehende Anfragen müssen möglichst schnell und effizient gelöst werden.
3. Zum besseren Kundenverständnis sollten die Kommunikationskanäle der Zielgruppe angepasst werden: Die ältere Generation bevorzugt den direkten Kontakt, die jüngere Generation eher Social Media oder Messaging-Kanäle.
4. Beim Kundenservice geht es nicht nur um die Kunden, sondern auch um die Mitarbeiter*innen. Kommunikation auf Augenhöhe ist angesagt.
5. Viele Studien haben gezeigt, dass die Reaktionszeit bzw. die Geschwindigkeit ein wichtiges Kriterium für einen guten Kundenservice sind. [2]

Viele EVUs haben die Kundenkommunikation in den ersten Corona-Wochen lediglich dazu genutzt, um über das eigene Krisenmanagement zu berichten, über die Schließung des Kundenzentrums (immerhin 62.300 Treffer bei einer Google®-Recherche Anfang April) oder Werbung dafür zu machen, dass man für die Kunden da ist bzw. die Daseinsvorsorge sichergestellt ist. Das hat sich auch nicht geändert, als schlagartig der Begriff „Ausgangsbeschränkungen“ durch die Medien ging.

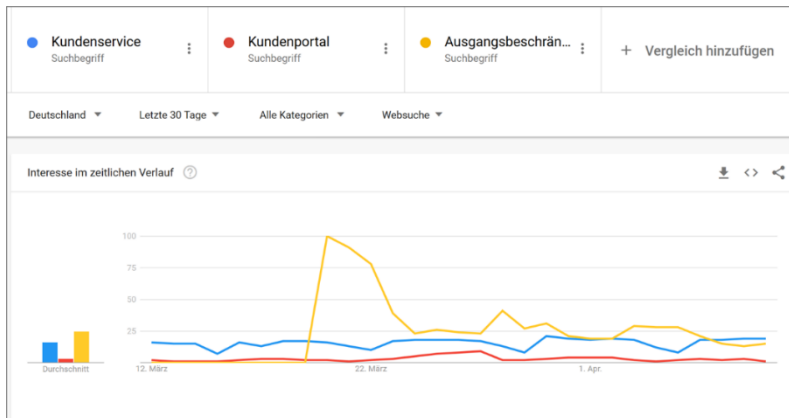


Bild 1: Suchhäufigkeit von dedizierten Begriffen, Bildquelle: GoogleTrends® 2020: Peak am 20.03.2020

Dabei hätten einige EVUs gut daran getan, sich einmal außerhalb der Energiebranche umzusehen.

Auf die Schließung von IKEA haben in kürzester Zeit 37.000 Menschen reagiert und viele davon haben sich bei IKEA gemeldet. Da war es wichtig, präsent zu sein, schnell zu reagieren und über eine klare Kommunikationsstrategie zu verfügen. Denn genauso wichtig wie die Kommunikation im Grundsatz sind die nachgelagerten Prozesse. Kunden*innen finden es gut, informiert zu werden, haben aber auch Fragen, die beantwortet werden müssen. [3].

Während Bilder von leergefegten Regalen die Runde machte, ging EDEKA in die Offensive und hat gepostet. In der Kundenkommunikation ging es darum, die schwierige Situation der Kunden zu verstehen und sich in die Lage der betroffenen Menschen hineinversetzen – fernab der eigenen unternehmerischen Zwänge. [3]

Vorwerk, bekannt für die persönlichen Vertriebskontakte direkt vor Ort beim Kunden, unternahm aus Sicht des Familienunternehmens einen riesigen Schritt: Erstmals in der Firmengeschichte ist es möglich, Vorwerk-Produkte beim jeweiligen Berater per Telefon oder Mail zu bestellen. Damit hat der Haushaltsgerätehersteller was getan, was Berater dringend empfehlen: Die Unternehmen sollten das Angebot der Kundenkontaktpunkte erhöhen. [3]

Dies setzt ein proaktives Vorgehen voraus. Lange Wartezeiten in der Telefonschlange verstärkt den Stress der Kunden*innen. Statt nur zu reagieren, sollten die Versorger die Seiten wechseln und die Position des Kunden einnehmen. Im Sinne einer Corona-FAQ-Liste könnten die Fragen aufgeschrieben werden, die die Kunden*inne voraussichtlich stellen werden. Die passenden Antworten darauf teilen Sie Ihren Kunden*innen schon proaktiv im Vorfeld mit. Idealerweise per Brief, alternativ natürlich als Email-Newsletter oder auf der Webseite und in Social-Media-Kanälen. Aber: Eine Information, die zwei Wochen alt ist, verliert in den aktuell hektischen Zeiten seinen Wert. Die Bereitstellung einer vertrauenswürdigen, zeitnahen Informationsquelle, kann massive Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Stadtwerke-Marke als lokale Institution haben.

Augie Ray von Gartner bemerkt: „Seien Sie jetzt proaktiv mit Informationen für Kunden. Wenn Sie darauf warten, dass die Kunden [...] besorgter werden und anfangen, Informationen von Ihnen zu verlangen, ist es bereits zu spät. Wenn Sie es noch nicht getan haben, beginnen Sie mit der Arbeit an einem proaktiven und reaktiven Kommunikationsplan.“ [4]

Unternehmen, die bereits in der Vergangenheit stark den Fokus auf Online-Services gelegt haben, haben es nun etwas einfacher. Ohne großen Mehraufwand können nun viele Prozesse darüber abgefangen werden. Dennoch ist dies kein Allheilmittel. Der Kundenservice muss weiterhin personell gut ausgestattet sein, falls die Kunden*innen mit den Online-Medien ihre Schwierigkeiten haben. [5]

Das Zahlungsmoratorium ist für viele Versorgungsunternehmen nicht ganz einfach. Von der Grundidee gut gemeint, stellt es die Unternehmen vor große Herausforderungen. Genauso unterschiedlich wie die Unternehmen aufgestellt sind, genauso verschieden reagieren sie auf das Moratorium bzw. im Grundsatz auf die Corona-Krise [6]

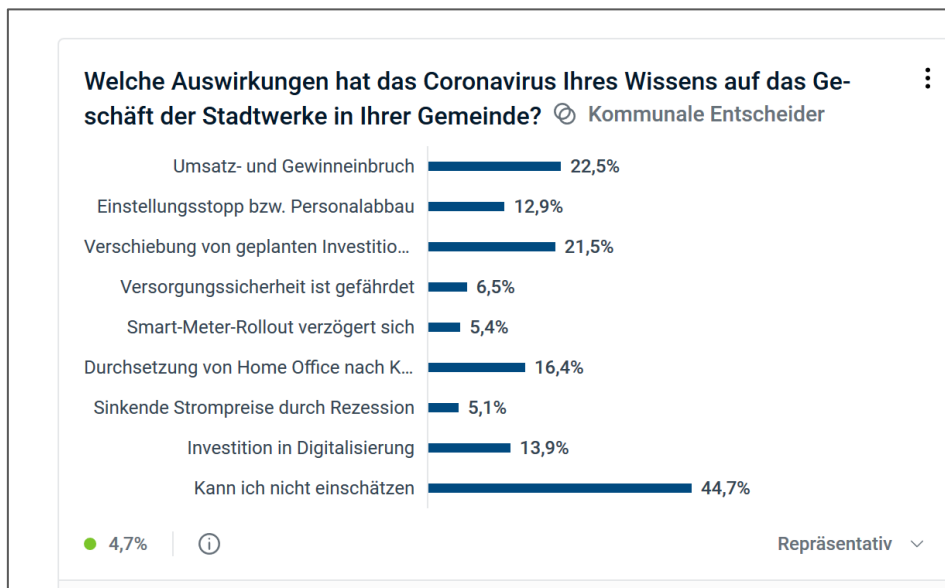


Bild 2: Auswirkungen von Corona auf die Stadtwerke, Bildquelle: ZFK, 23.04.2020 [7]

Manche EVUs haben es verstanden. Ob aus tatsächlich humanitärer bzw. gesellschafts-solidarischer Motivation oder nur aus vertriebs- bzw. marketing-technischen Gründen, sei dahingestellt. Fakt ist: Wer sich vor Ort mit den Menschen solidarisiert, wird für einen nachhaltigen Eindruck auch nach COVID-19 sorgen, der sich höchstwahrscheinlich in Form von treuen Kunden*innen auszeichnen wird. Die Produkte und Leistungen, die angeboten werden, haben einen unterschiedlichen Fokus:

Direkter Fokus

Dazu gehört das Zahlung- / Forderungsmanagement und das Zählermanagement. In diesem Feld geht es weitestgehend um den Umgang mit Zahlungsproblemen und dem Ablesen der Zählerstände.

Indirekter Fokus

Hier geht es um die Mobilität im Kontext ÖPNV und das breite Feld der E-Mobility.

Externer Fokus

Zu diesem Fokus gehören auf der einen Seite alle Produkte im Kontext Crowdfunding, aber auch soziale Kampagnen und Spenden.

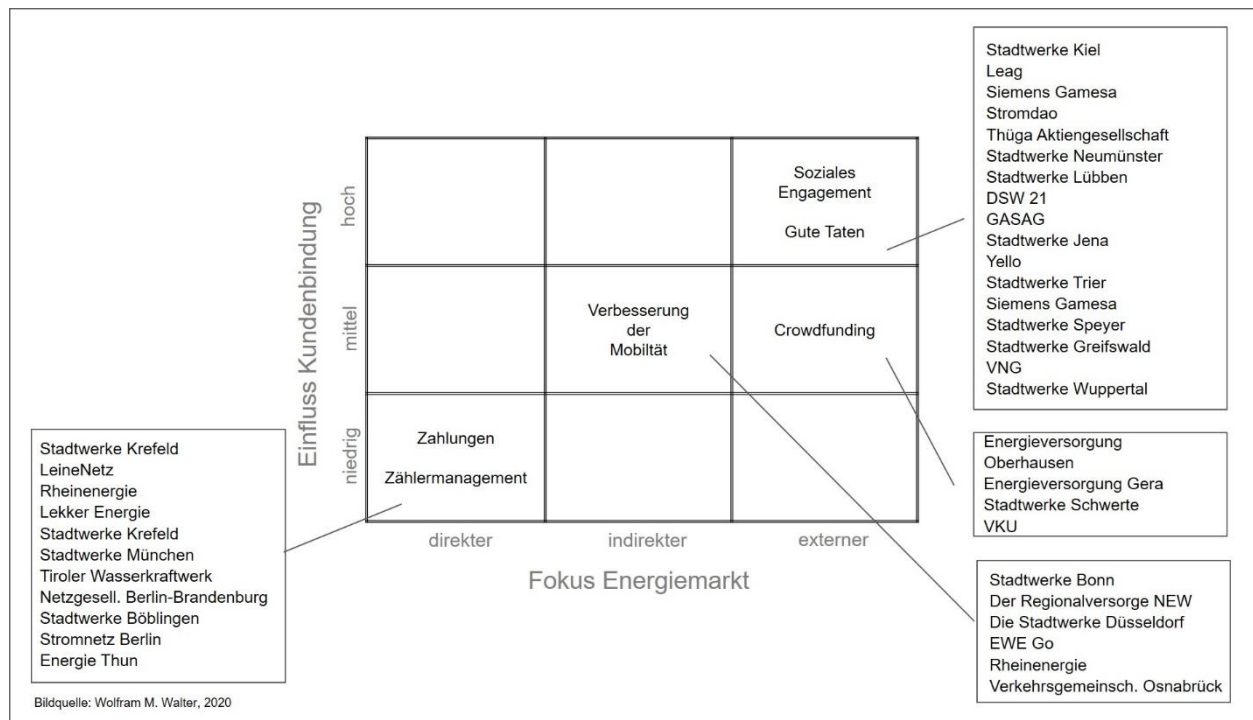


Bild 3: EVU - Produkte und - Leistungen in Zeiten von Corona, Stand 23.04.2020, Bildquelle: W.M. Walter, 2020

Das haben die EVUs auf den Weg gebracht [8]

Zahlungen, Zählermanagement

Die Stadtwerke Krefeld setzen beim Thema Zahlungsmoratorium auf eine proaktive Vorgehensweise, insbesondere bei den Themen Zahlungsaufschub und Leistungsverweigerungsrecht. Sie haben viele Kunden, insbesondere aus der Gastronomie, von sich aus angerufen und über Möglichkeiten einer Abschlagsreduzierung informiert.

Die niedersächsischen LeineNetz GmbH in der Nähe von Hannover prüft die Leistungsverweigerungsansprüche auf Basis eines von den Energierechtsanwälten zur Verfügung gestelltes Formular.

Die Rheinenergie arbeitet mit Stundungen, hinzukommen Absenkungen von Abschlägen und Ratenvereinbarungen. Schriftliche Nachweise von Kunden werden erbeten, sind aber nicht zwingende Voraussetzung etwa für eine Stundung bis Ende Juni.

Relativ unbürokratisch handhabt es die Lekker Energie GmbH, eine Tochter der Stadtwerke Krefeld. Das Unternehmen hat ein Formular erstellt, indem es seine Kunden bittet, zu bestätigen, dass sie durch die Corona-Pandemie in Zahlungsschwierigkeiten gekommen sind. Jeden Einzelfall wirklich prüfen, kann und will man auch nicht.

Die Stadtwerke Krefeld bieten Kunden, die von dem neuen Leistungsverweigerungsrecht Gebrauch machen wollen, Alternativen zur Zahlungsaussetzung an. Privatkunden und Kleinunternehmen mit durch die Coronakrise bedingten finanziellen Engpässen können sich an eine neu eingerichtete Anlaufstelle wenden.

Die Stadtwerke München (SWM) sehen von Preiserhöhungen in diesem Jahr ab.

Die Tiroler Wasserkraftwerk AG (TiwaG) unterstützt ihre Kunden ab sofort mit einem einmaligen Stromkostenzuschuss. Angesichts der derzeitigen schwierigen Situation werden "Corona-Härtefälle" vom heimischen Landesenergieversorger finanziell unterstützt.

Wegen der Corona-Krise schickt die Netzgesellschaft Berlin-Brandenburg ab sofort keine Mitarbeiter mehr in die Wohnungen von Gaskunden. Die Verbraucher sollen ihre Zählerstände selbst ablesen und übermitteln.

Die Stadtwerke Böblingen wechseln bis einschließlich Sonntag nach Ostern keine Wasser- und Wärmemengenzähler mehr aus und schicken auch keine Ablesekräfte mehr zu den Kunden.

Stromnetz Berlin schränkt die Kontakte zwischen Kunden und Mitarbeitern ein. Der Versorger hat Mieter und Eigentümer daher gebeten, bis auf Widerruf den Stromverbrauch von Zählern, die sich in der Wohnung befinden, selbst abzulesen und mitzuteilen.

Die Zählerablesung fällt bei Energie Thun vorerst aus. Das erste Quartal werde auf der Basis von Vorjahresverbräuchen eingeschätzt und somit provisorisch verrechnet. Kunden, welche für das erste Quartal 2020 eine effektive Energierechnung wünschen, sollen die Zählerstände selbst ablesen und dem Versorger zukommen lassen.

Verbesserung der Mobilität

Stadtwerke Bonn bieten ihren Kunden nun täglich 30 Freiminuten für den Fahrradverleih Nextbike an, um die Mobilität umzuverteilen und die Ansteckungsgefahr zu mindern. Außerdem testen die Stadtwerke ein kontaktloses Abrechnungssystem für Bus und Bahn. Die Kunden*innen können einfach einsteigen und losfahren - ohne Tarifwissen, ohne Bargeld und ohne ein Ticket kaufen zu müssen.

Der Regionalversorger NEW stellt sein Sharing-Angebot nicht nur Personen aus systemrelevanten Berufen, sondern auch Einkaufshelfern kostengünstig zur Verfügung. Die Einkaufsfahrten für Risikogruppen mit den Elektrofahrzeugen "Wheesy" müssen Kunden mit einem Kassenschein belegen. Anschließend vergütet NEW die Fahrtzeit in Form von Freiminuten. Personal der kritischen Infrastruktur bekommt hingegen pauschal 120 Freiminuten bei Vorlage eines Arbeitsnachweises.

Die Stadtwerke Düsseldorf bieten ihre E-Roller-Flotte unter dem Namen "eddy" Mitarbeitern aus systemrelevanten Berufen teilweise kostenlos an. Dazu schenken sie den "Alltagshelden" 250 Freiminuten für ihr Sharing-Angebot. Notwendig sei dafür ein Nachweis des Arbeitgebers über eine Tätigkeit in den entsprechenden Bereichen im Düsseldorfer Stadtgebiet.

Die EWE-Mobilitätstochter EWE Go stellt systemrelevanten Berufsgruppen kostenlos Elektroroller zur Verfügung. Da öffentliche Verkehrsmittel eine hohe Infektionsquelle und die Lieferdienste an die Grenzen ihrer Fuhrparkkapazitäten stoßen, bietet der Mobilitätsdienstleister 100 Fahrzeuge im Raum Oldenburg an. Die E-Roller sollen nicht regelmäßig den Nutzer wechseln, sondern verbleiben über einen längeren Zeitraum in einer Hand.

Die Rheinenergie unterstützt mit ihrem Sharing-Angebot "rhingo" Personen, die zurzeit "unermüdlich für die Gesellschaft im Einsatz sind". Personen in systemrelevanten Bereichen können

die Elektroroller kostenfrei nutzen. Um die Gutschrift zu erhalten, müssen interessierte Helfer den Fahrtbeleg sowie einen Nachweis des Arbeitgebers einreichen.

Die Verkehrsgemeinschaft Osnabrück bietet nun einen mobilen Service an, um den eingestellten Ticketverkauf in den Bussen und die Schließung mehrerer Servicezentren zu kompensieren.

Crowdfunding

Die Energieversorgung Oberhausen erweitert ihre Crowdfunding-Plattform, um Einzelhändler, Gastronomen und Kulturschaffende, die vom Shutdown betroffen sind, finanziell zu unterstützen. Andere Energieversorgungsunternehmen ziehen nach und unterstützen kommunale Crowdfunding-Plattformen für ihre vom Shutdown betroffenen Locals.

Mit einer kommunalen Crowdfunding-Plattform unterstützt die Energieversorgung Gera in Not geratene Projekte und Unternehmen. Der Versorger stellt dazu die Plattform sowie einen monatlichen Fördertopf zur Verfügung. Auf der kommunalen Crowdfunding-Plattform kann jeder nach dem Prinzip der Schwarmfinanzierung unkompliziert seine Ideen und Projekte vorstellen und jeder kann sie unterstützen.

Eigentlich wollten die Stadtwerke Schwerte erst Anfang Mai ihre Crowdfunding-Plattform online schalten, doch im Zeichen der Solidarität haben die Nordrhein-Westfalen Tempo gemacht.

Mit seiner nationalen Crowdfunding-Plattform stellt der VKU Verlag Kommunalunternehmen ein Tool zur Verfügung, mit dem sie ihre Lokalhelden schnell und einfach finanziell unterstützen können. Der VKU Verlag hat dazu Handlungsempfehlungen und Grundlagenwissen zusammengefasst, die Nachfrage ist schon jetzt enorm.

Soziales Engagement, Gute Taten

Die Stadtwerke Kiel schenken der Landeshauptstadt rund 18.000 Schutzmasken.

Der ostdeutsche Energiekonzern Leag stellt nun Desinfektionsmittel her. Das Handdesinfektionsmittel erhalten zunächst die Lausitzer Standorte des Unternehmens sowie das Kraftwerk Lippendorf. Kapazitäten, die Leag zum Schutz der eigenen Mitarbeiter nicht benötigt, stelle der Konzern Ärzten und Energieunternehmen zur Verfügung.

Windradhersteller Siemens Gamesa unterstützt das Internationale Rote Kreuz mit einer Spendenkampagne sowie der Anschaffung von Schutzausrüstung, die über das firmeneigene Beschaffungs- und Vertriebsnetz bezogen wird, teilte der Konzern mit.

Der Ökostromanbieter Stromdao die App "Status2" entwickelt, die Hilfs- und Rettungskräfte unterstützen soll, Personalverfügbarkeiten einfacher zu koordinieren.

Die Thüga Aktiengesellschaft unterstützt das Deutsche Rote Kreuz (DRK) und die Tafeln in der Corona-Krise. Die beiden Organisationen erhalten jeweils eine Spende in Höhe von 50.000 Euro.

Die Stadtwerke Neumünster haben in der aktuellen Ausnahmesituation ein kostenloses Helfer-Portal eingerichtet, teilte das Unternehmen mit. Über das Portal können Menschen Hilfe, beispielsweise beim Einkaufen oder Gassi-Gehen, für ältere Menschen oder solche mit erhöhtem Risiko anbieten.

Besorgungen machen, mit dem Hund rausgehen: Mit einem neuen Onlineangebot wollen die Stadtwerke Neumünster Helfer und Hilfesuchende zusammenbringen. Auch an ältere Menschen ohne Internetzugang wurde gedacht.

Die Stadtwerke Lübben ist mit der digitalen Plattform „Lübben hat Herz“ gestartet, um die Menschen in Zeiten der Corona-Krise zu unterstützen.

Auf Initiative der Dortmunder Stadtwerke – DSW 21, Borussia Dortmund und der Wilo Gruppe haben sich zahlreiche Dortmunder Unternehmen in einem gemeinsamen Appell an die Bevölkerung gerichtet.

Die GASAG in Berlin unterstützt mit seiner Spende Gastronomen, die ehrenamtlich für Ärzte, Pflegekräfte und andere Helfer kochen. Die Gutscheine haben den Gegenwert eines monatlichen Stromverbrauchs von über 250 Zwei-Personen-Haushalten.

Die Stadtwerke Jena kooperieren mit der Mediengruppe Thüringen: Kostenlose, lokale Nachrichten können in Coronazeiten über die App „MeinJena“ abgerufen werden.

Unter dem Motto #stayhome #stayhappy will Yello den Menschen Mut machen.

Die Stadtwerke Trier gehen während der Corona-bedingten Ausgangsbeschränkungen für ihre Kunden einkaufen. Kunden können dazu ihre Einkaufsliste inklusive Vertragsnummer und Lieferadresse per E-Mail an den Regionalversorger senden. Den Rechnungsbetrag ziehen die Stadtwerke mit der Jahresrechnung ein.

Der Windradhersteller Siemens Gamesa unterstützt Studierende während der Coronakrise mit Lernvideos. Im Rahmen eines Bildungsprogramms können Mitarbeiter Videos zu den Themen Wissenschaft, Technologie, Ingenieurwesen und Mathematik aufnehmen, die das Unternehmen Studierenden während der Krise zur Verfügung stellt.

Die Rechenkapazitäten der Stadtwerke Speyer sollen bei den Forschungsarbeiten zu dem SARS-CoV-2-Virus helfen. Dazu stellt der Versorger freie Kapazitäten im Rahmen des Projekts "Folding@home" zur Verfügung.

Weil die Stadtwerke Greifswald ab Mitte März alle Events absagen mussten, hatten sie zahlreichen Werbegeschenke auf Lager, die sie nun den Kindern und Familien im Rahmen der Aktion „Kinderzaun“ verschenken. Malhefte oder Stofftiere werden im Rahmen der Aktion in gebührendem Abstand an Zäunen von Stadien oder Schulen aufgehängt. Gummi-Entchen vor Bädern oder Kundenbüros platziert. Dort können die Kinder diese abholen.

Die Großhandelsgesellschaft VNG unterstützt mit einem neuen Onlineportal ehrenamtliche Institutionen während der Coronakrise. Die Ehrenamtsinitiative des Unternehmens "Verbundnetz der Wärme" bietet dazu gemeinnützigen Organisationen oder ehrenamtlich Engagierten die Möglichkeit, ihren Unterstützungsbedarf auf der Plattform zu hinterlegen. Gleichzeitig haben Spender und Förderer dort die Möglichkeit, eigene Hilfs- oder Spendenangebote anzuzeigen, heißt es in einer Mitteilung.

Die Stadtwerke Wuppertal und das Wuppertaler Sinfonieorchester machen es möglich: Trotz ungewollter Bühnenpause musiziert ein Teil des Klangkörpers vor ungewöhnlicher Kulisse. Auch im Heizkraftwerk und im Gelenkbus werden Ausschnitte aus Beethovens 9. Sinfonie gespielt.

Literaturverzeichnis

- [1] <https://www.computerwoche.de/a/5-wege-zu-einem-modernen-kundenservice,3548805>
- [2] <https://www.onetoone.de/artikel/db/307814cr.html>
- [3] <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/marketing-kundenkontakt-in-zeiten-von-corona-klarheit-ist-oberstes-gebot/25655816.html?ticket=ST-2686972-Sp9vGCQCuRcPECWHW4bO-ap3>
- [4] <https://customer-first-cloud.de/service-cloud/so-wappnen-sie-ihr-customer-experience-management-fuer-das-coronavirus/>
- [5] <https://www.zfk.de/unternehmen/nachrichten/artikel/79fccb3ae0fe259d4c3bd5efb9578bf4/chancen-in-der-kommunikation-in-der-corona-krise-mit-auge-mass-nutzen-2020-04-07/>
- [6] <https://www.zfk.de/politik/deutschland/artikel/6829caac066478d07596e086337de15e/zahlungsmoratorium-so-setzt-es-die-branche-um-2020-04-02/>
- [7] <https://www.zfk.de/politik/deutschland/artikel/7ad4a22bcd2f9fd4d1462c0e8994daf1/corona-ticker-2020-04-23/>
- [8] <https://www.zfk.de/unternehmen/nachrichten/artikel/b2f8565e6afee5ab3cee67087e351079/greifswald-ein-kinderzaun-sorgt-fuer-furore-2020-04-21/>
- <https://www.zfk.de/unternehmen/nachrichten/artikel/8386df29f60d1aa92fb55f55ff9620ec/wuppertal-virtuelle-konzerte-in-der-krise-2020-04-16/>
- <https://www.energate-messenger.de/news/201026/ticker-alle-energierelevanten-news-zum-coronavirus-im-ueberblick>
- <https://www.zfk.de/politik/deutschland/artikel/7ad4a22bcd2f9fd4d1462c0e8994daf1/corona-ticker-2020-04-23/>

Wolfram M. Walter

Geschäftsführer PMD Akademie
Professional Scrum Master
Agiler Coach
Agilphilosoph

w.walter@dms-gruppe.de

+49 171 / 566 1155

#pmdAkademie #Agilitaet #Agilphilosoph #wmw