Erdgas

Kundenkontakt auf Augenhöhe

[21.08.2015] Vor rund einem Jahr übernahm die EnBW die Anteile der italienischen Eni-Gruppe an der GasVersorgung Süddeutschland (GVS). Im stadt+werk-Interview erläutert Helmut Oehler, Sprecher der GVS-Geschäftsführung, die Neuausrichtung des Unternehmens.

Herr Oehler, ist es ein Vorteil, dass die GVS nun wieder ganz in baden-württembergischer Hand ist?

Unser Anspruch ist klar formuliert: schnell, flexibel und innovativ für unsere Kunden im Gasmarkt agieren. Nur dann sind wir auch langfristig erfolgreich. Der Abstimmungsprozess mit nur einem Gesellschafter ist naturgemäß schneller. Auch kennt die EnBW den deutschen Energiemarkt ganz genau und die GVS steht dabei für den wichtigen Ausbau des Gasgeschäfts im Konzern. Strategisch bedeutend ist für GVS, dass wir eigenständig als Marke und Gesellschaft arbeiten.

Welche Synergieeffekte ergeben sich für EnBW und GVS?

Mehrere strategische Leitlinien bestimmen das neue Konzept. Gasbeschaffung und Handelsaktivitäten der GVS wurden mit dem EnBW-Handel zusammengeführt. Der Vertrieb von GVS und EnBW – mit den Schwerpunkten Stadtwerke, Weiterverteiler und Industrie – ist nun eng verzahnt. Das sichert den intensiven Know-how-Transfer. Und auch Teile des Dienstleistungsangebots sind bei der GVS räumlich angesiedelt. Querschnittsfunktionen, zum Beispiel Recht und Personal, sind an die EnBW angedockt. Vertriebsnahe Funktionen des Erdgashandels wie Pricing, Bilanzkreis-Management und Portfolio-Management werden weiterhin bei der GVS in Stuttgart erbracht. Wenn es der Kunde wünscht, bekommt er nun auch Gas und Strom aus einer Hand.

Wie hat sich die GVS organisatorisch neu aufgestellt?

Wir haben neben der Abteilung Vertrieb Erdgasprodukte die Abteilung Vertrieb Dienstleistungen neu geschaffen und auch personell verstärkt. Damit unterstreichen wir die gewachsene Bedeutung dieses Segments. Ebenfalls neu ist die Stabsstelle Strategisches Kundenbeziehungsmanagement. Gleichzeitig entfällt die Hierarchieebene der Bereiche. Wir sehen uns weiter als eine lernende Organisation. Durch die mittelständische Struktur und unsere Unternehmenskultur können wir schnell und flexibel handeln, immer nach dem GVS-Motto: Ihre Energie. Unsere Leidenschaft.

Wie wird dadurch das Vertriebsprofil geschärft?

Durch die Schaffung zweier Vertriebseinheiten können wir noch intensiver und individueller auf unsere Kunden und deren Bedürfnisse eingehen. Denn die Energiebranche steht vor einschneidenden Marktveränderungen. Die aktuelle Studie 14th Global Power and Utility Survey von PricewaterhouseCoopers zeigt, dass sich die heutigen Marktmodelle durch branchenfremde Wettbewerber, technologische Neuerungen und Veränderungen im Kundenverhalten stark verändern werden. Marktkenntnis, Know-how, Dialogfähigkeit und schlanke Prozesse sind auch für den zukünftigen Vertriebserfolg unabdingbar. Ein Stadtwerke-Kunde meinte kürzlich dazu: Die GVS hat sich in jüngster Zeit sehr stark gewandelt. Neue, innovative Produkte, pfiffige Ideen und kurze Reaktionszeiten helfen den Stadtwerken, sich in dem schwierigen Markt der Gasbeschaffung besser und erfolgreicher zu

engagieren.Diese Einschätzung freut mich als Geschäftsführer natürlich besonders und ist eine wunderbare Motivation für das ganze GVS-Team. Denn man macht Geschäfte mit Menschen, nicht mit Unternehmen.

Welche Aufgaben hat die Stabsstelle Strategisches Kundenbeziehungsmanagement?

Ein Anspruch der GVS ist der Kundenkontakt auf Augenhöhe. Mit der Schaffung dieser Stelle wollen wir die GVS noch konsequenter auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichten und die Kundenbeziehungsprozesse noch systematischer gestalten. Wesentliche Aufgaben sind deshalb die regelmäßige Kommunikation mit unseren Geschäftspartnern, untermauert mit verlässlichen Zahlen, Daten und Fakten. Gleichzeitig identifizieren wir Schwachstellen im Dialog mit den Kunden und erhalten wichtige Signale für die Früherkennung von Chancen und Risiken. Wir wollen wissen, was unsere Kunden von uns erwarten, wir wollen auch wissen, was wir falsch machen und wie wir es besser machen können. Wir sind bereit, von unseren Kunden zu lernen und ihnen zuzuhören.

Was ändert sich für die Kunden durch die Neuausrichtung?

Für unsere Geschäftspartner bleiben die Ansprechpartner die gleichen wie bisher. Durch die Neuausrichtung steigern wir die Reaktions- und Bearbeitungsgeschwindigkeit. Das bedeutet für unsere Kunden die schnellstmögliche Bearbeitung ihrer Anliegen. Für das Geschäftsmodell der GVS sind Dienstleistungen strategisch wichtig. Das unterstreicht die neu geschaffene, eigenständige Vertriebsabteilung, die wir auch noch personell aufgestockt haben. Das Zuhören und der Dialog mit unseren Kunden bleibt zentrales Element unserer Arbeit.

„Wir sind bereit, von unseren Kunden zu lernen.“

Dienstleistungen werden im Gasmarkt immer wichtiger. Welche Produkte der GVS stoßen auf das besondere Interesse der Kunden?

In erster Linie ist dies das Portfolio- und Bilanzkreis-Management. Darüber hinaus bieten wir aber eine ganze Palette an Dienstleistungen an. Das reicht vom Rechnungsbilanzkreis-Pooling über Reportings bis hin zu Marktbeobachtungen und Informationen zu aktuellen Entwicklungen auf dem Gasmarkt. Dazu zählen unsere Marktgespräche, der 14-tägige Gas Call – ein Analystengespräch zu den aktuellen preisbeeinflussenden Marktentwicklungen sowie der Chartanalyse ausgesuchter Notierungen – und diverse Newsletter, Informationsveranstaltungen und Workshops, auch zu REMIT und GABi Gas 2.0.

Welche Vorteile haben Stadtwerke und regionale Energieversorger, die sich beispielsweise für das Bilanzkreis-Management-Angebot der GVS entscheiden?

Unsere Kunden sparen viel Zeit und Ressourcen. Das GVS-Team übernimmt die gesamte Abwicklung – und zwar rund um die Uhr. Dazu zählen der Datenaustausch, das Clearing, auf Wunsch übernehmen wir auch die Prognosen. Regelmäßige Reportings zählen ebenso dazu wie Vorteile aus dem Bilanzkreis-Pooling GVS BIKpool. Wir diskutieren mit unseren Kunden und teilen unsere Expertise. Unsere Partnerschaft endet nicht beim Vertragsabschluss.

Gibt es weitere Ideen für Produkte und Dienstleistungen?

Das ist ein ständiger Prozess. Sehr häufig kommen Anstöße oder Ideen dazu direkt von unseren Kunden. Ganz aktuell ist das Produkt GVS Temperaturbereinigte Vollversorgung. Unsere Kunden profitieren hier vom Wegfall des Temperaturrisikos, von hohem Komfort und einer individuell auf die Kundenbedürfnisse

abgestimmten Produktgestaltung. Gemeinsam mit dem Kunden werden Wetterstation, Preismodell und Flexibilität abgestimmt.

Die GVS intensiviert derzeit die Aktivitäten in den angrenzenden deutschsprachigen Ländern. Wie weit soll die Internationalisierung gehen?

Wir konzentrieren uns im Wesentlichen auf den deutschsprachigen Raum, sprich Deutschland, Österreich, Schweiz, Fürstentum Liechtenstein. Einer unserer Ansprüche wird dem gerecht: Wir verstehen unsere Kunden und unsere Kunden verstehen uns.

()

Dieses Interview ist in der Juli/August-Ausgabe von stadt+werk erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Energieeffizienz, GVS,