

iMSys-Roll-out

Erfolgsfaktor Kommunikation

[17.5.2019] Die Einführung intelligenter Messsysteme (iMSys) ist eine kommunikative Herausforderung für die Stadtwerke. Um Akzeptanz bei ihren Kunden zu schaffen, müssen sie offen und zielgruppengerecht die Mehrwerte der iMSys vermitteln.

Zügig, reibungslos und mit nur geringen Mehrkosten für die betroffene Kundengruppe verläuft der Einbau moderner Messeinrichtungen (mME). Mehrere tausend mME wurden bislang nahezu ohne Rückfragen der Anschlussnutzer in Kundenanlagen eingebaut. Dabei unterscheiden sich die neuen Geräte kaum von den bisherigen elektronischen Zählern und haben vergleichbare Funktionen. Anders sieht es leider bei der Einführung intelligenter Messsysteme (iMSys) aus, mit denen Prosumer mit Photovoltaikanlagen oder Blockheizkraftwerken (BHKW) sowie Kunden mit mehr als 6.000 Kilowattstunden (kWh) Jahresverbrauch ausgestattet werden. Hier liegen die Messentgelte für Verbraucher mit über 6.000 kWh Jahresverbrauch bei jährlich 100 Euro. Zudem wartet die Branche noch immer auf die drei vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) zertifizierten Gateways, um den Roll-out der iMSys endlich starten zu können.

Vielfältige Geschäftsmodelle

Eine repräsentative Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom ergab, dass jeder dritte Bundesbürger (36 Prozent) grundsätzlich Interesse daran hat, ein iMSys zu nutzen. Die Verbraucher möchten jederzeit eine verbrauchsgenaue Stromrechnung einsehen können oder Geräte mit hohem Stromverbrauch in ihrem Haushalt identifizieren. Wer sich nicht für Smart Meter interessiert, nennt als Hauptgrund, dass er darin keinen Nutzen sieht. Für die Stadtwerke stellt sich daher die essenzielle Frage, welchen Mehrwert sie ihren Kunden mit einem iMSys bieten können. Mithilfe der smarten Technologie ergeben sich vielfältige Geschäftsmodelle, zum Beispiel zeitvariable Tarife für Haushaltskunden, verbrauchsgenaue Abrechnungen und die flexible Anpassung der unterjährigen Abschlagszahlungen. Industrie- und Gewerbekunden können ihr Energie-Management optimieren. Spartenübergreifende Smart-Metering-Lösungen unterstützen das Gebäude-Management öffentlicher Liegenschaften in Kommunen und in der Wohnungswirtschaft.

Durchdachte Strategie

Die Einführung der intelligenten Messsysteme ist eine kommunikative Herausforderung. Eine gut durchdachte Kommunikationsstrategie, welche die Kunden beim Roll-out emotional mitnimmt, ist entscheidend für den Erfolg. Oberstes Ziel muss dabei sein, offen und zielgruppengerecht zu informieren. So lassen sich die Mehrwerte der neuen Zähler aufzeigen und die Akzeptanz beim Kunden erhöhen. Die Kommunikation des Energieversorgers geht Hand in Hand mit der Produktentwicklung und der Vertriebsstrategie. Dabei ist es wichtig, die verschiedenen Informationskanäle sowohl inhaltlich als auch zeitlich aufeinander abzustimmen. Hier müssen alle an einem Strang ziehen. Als direkter Ansprechpartner für den Kunden vor Ort spielt beispielsweise der Monteur eine Schlüsselrolle. Um den Inbetriebnahmeprozess effizient umsetzen zu können, sollte sich die Aufklärungsarbeit des Monteurs gegenüber dem Kunden auf die notwendigen Informationen zu den örtlichen technischen Gegebenheiten beschränken. Alle anderen Fragen beantworten Flyer, Erklärfilme oder das Call Center.

Erfahrungen aus der Praxis

Innerhalb der Voltaris Anwendergemeinschaft Messsystem werden die Themen Kundenkommunikation und Mehrwertdienste intensiv diskutiert und Handlungsempfehlungen weitergegeben. In regelmäßig stattfindenden Workshops wird beispielsweise beleuchtet, welche Informationspflichten für den Messstellenbetreiber nach dem Messstellenbetriebsgesetz bestehen, was im Kundenanschreiben mitgeteilt werden muss, wie mit (negativen) Kundenreaktionen umgegangen werden kann oder welche Fragen der Monteur vor Ort beantwortet. Der Kunde hat einen hohen Erklärungsbedarf, was die Smart-Meter-Technologie betrifft. "Unsere Kommunikation soll aufklären und eine positive Grundeinstellung zu der neuen Technologie vermitteln", sagt Carsten Hoffmann, Vorstand der GGEW AG (Gruppen-Gas-und Elektrizitätswerk Bergstraße), die sich neben anderen in der Voltaris Anwendergemeinschaft engagiert. "Gelingt uns das, sind unsere Kunden auch offen für neue Produkte und Lösungen."

Mehrwerte anbieten

Die in Bensheim ansässige GGEW betreut bundesweit rund 140.000 Kunden. "Wir möchten diesen Mehrwert anbieten, die genau ihren Anforderungen entsprechen", erklärt Hoffmann. Gemeinsam wollen wir so die Energiewende mitgestalten und vorantreiben." Für mehr Transparenz rund um den Smart Meter Roll-out sorgt GGEW mit einer eigens dafür eingerichteten Internet-Seite. Dass sich die Verbraucher durchaus für die Vorteile der neuen Messtechnik interessieren, hat sich dem Energieversorger

auf Messen und Kundenveranstaltungen gezeigt. "Sobald allerdings die Messentgelte genannt werden, müssen wir feststellen, dass die Visualisierung des Verbrauchs allein den Kunden das höhere Messentgelt nicht wert ist. Dieses Argument reicht also nicht aus", berichtet Hoffmann. Er sieht im Smart Meter Gateway (SMGW) einen gesicherten Kommunikationsweg für die Verbraucher zum Energiemarkt, der weitere interessante Mehrwerte eröffnet.

Sicherheit und Komfort

Dazu gehören die Steuerungsfunktionen über das SMGW oder Smart-Home-Lösungen für die Bereiche Sicherheit und Komfort. "Unser Fokus ist momentan auf die Kundenbindung durch Lösungen in den Bereichen E-Mobilität, Lade-Infrastruktur und Car-Sharing gerichtet", erklärt Hoffmann. Eine besondere Rolle wird künftig das Submetering inklusive der Abrechnungsprozesse aus einer Hand spielen. Interessante Mehrwert-Dienstleistungen für Netzbetreiber sind außerdem Steuerungslösungen, da damit last- und erzeugungsvariable Tarife angeboten werden können. Besonders viel Wert wird bei GGEW auf die Schulung und Information der Mitarbeiter gelegt, damit sie neben den Pflichtangaben auch Auskunft zum konkreten Nutzen von Smart Metern geben können.

In der Voltaris Anwendergemeinschaft arbeitet GGEW aktiv an den neuen Systemen und Prozessen mit dem Ziel, den Roll-out bei den Kunden reibungslos umzusetzen. Momentan wartet die gesamte Branche auf den Start der Feldtests zur Erprobung der iMSys. GGEW wird hier insgesamt zwanzig iMSys mit G1-Gateways testen. Alle Prozesse werden im Produktivsystem von Voltaris im Echtbetrieb auf Herz und Nieren geprüft.

Simone Käfer ist für die Unternehmenskommunikation der Voltaris GmbH zuständig.

<http://voltaris.de>

Dieser Beitrag ist in der November/Dezember-Ausgabe von stadt+werk erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren. (Deep Link)

Stichwörter: Smart Metering, VOLTARIS, iMSys

Quelle: www.stadt-und-werk.de