



Whitepaper

Netzservice im Wandel: Herausforderungen, Lösungen und die Rolle des Kundenportals

Philipp Weller und Jens Buchterkirchen

21. Juli 2025



Gemeinsam
Zukunft
nachhaltig gestalten.

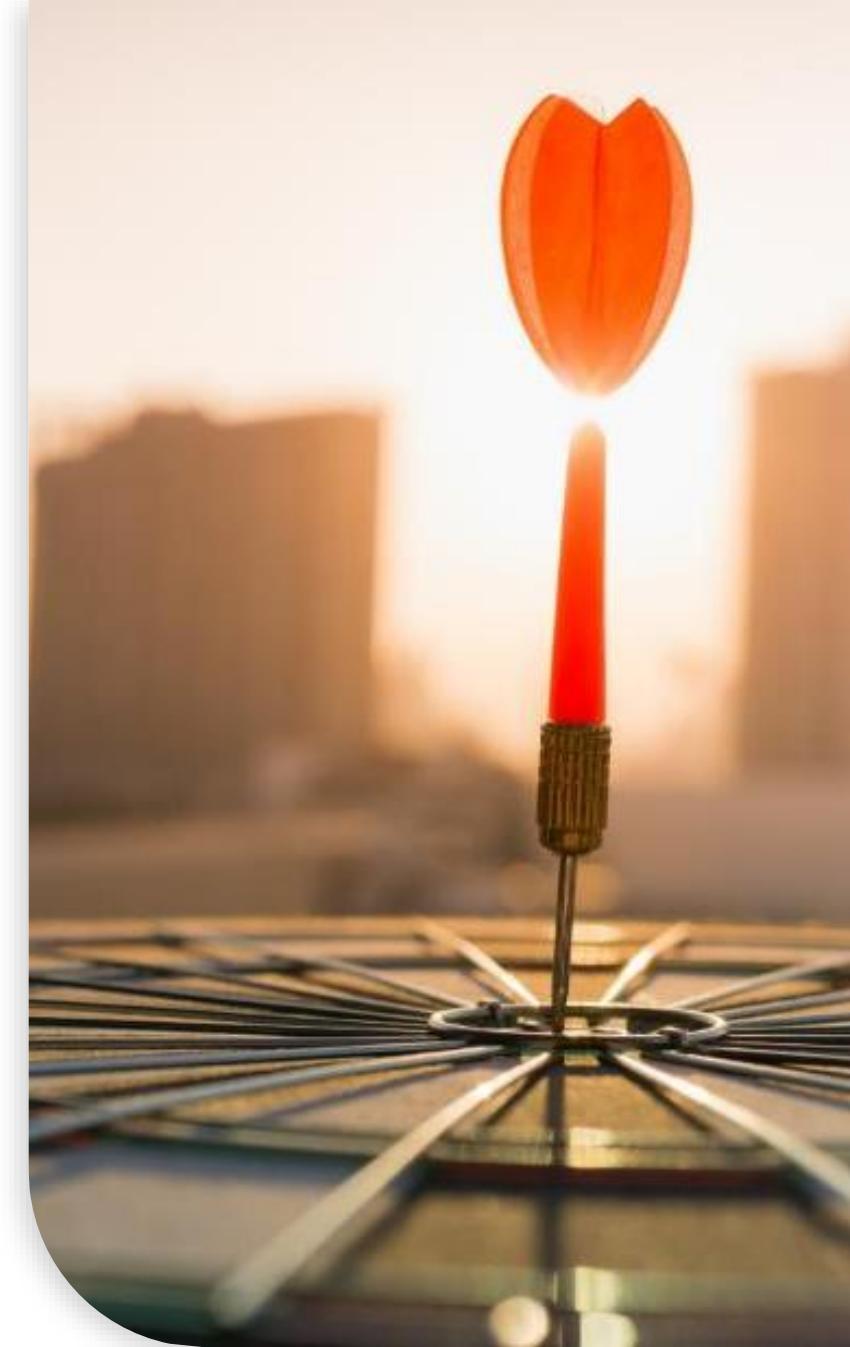
Vorwort

Die Energiewirtschaft steckt weiterhin in tiefgreifenden Veränderungen. Regulatorische Anforderungen, die zunehmende Digitalisierung sowie die wachsenden Erwartungen der Kunden stellen Strom- und Gasnetzbetreiber vor neue Herausforderungen. Die Energieforen haben kürzliche Entwicklungen für Verteilnetzbetreiber in zwei Marktbefragungen untersucht.

Die **erste Befragung** wirft ein breites Licht auf den Kundenservice bei Netzbetreibern und bestehende Spannungsfelder. Die Kunden erwarten mehr denn je eine transparente und schnelle Kommunikation in der Lösung ihrer Anliegen. In der Umfrage sollten zentrale Problemfelder identifiziert, Best Practices herausgearbeitet und Handlungsempfehlungen für eine zukunftsfähige Kundenbetreuung abgeleitet werden. Diese Befragung wurde zwischen Februar und März 2025 durchgeführt.

Die **zweite Befragung** behandelte die Verpflichtungen nach §§ 6, 19 NAV & § 8 EEG zur Einrichtung einer digitalen Lösung für Netzanschlussbeauftragungen ab dem 01.01.2024, bzw. 01.01.2025 für EEG-Anlagen. Beleuchtet wurde, wie die Netzbetreiber die gesetzlichen Verpflichtungen erfüllen und welche weiteren Funktionalitäten zur Prozess- und Serviceoptimierung sie anstreben. Diese Befragung wurde zwischen September und Oktober 2023 durchgeführt.

Die nachfolgende Auswertung bietet einen Einblick in die wichtigsten Erkenntnisse der Umfragen und zeigt auf, welche Maßnahmen Netzbetreiber ergreifen können, um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden.



Ergebnisse der Marktbefragung zu den Herausforderungen im Kundenservice bei Netzbetreibern

AGENDA

1

Stichprobenzusammensetzung

2

Befragungsergebnisse

3

Fazit und Ausblick

1

Stichprobenzusammensetzung

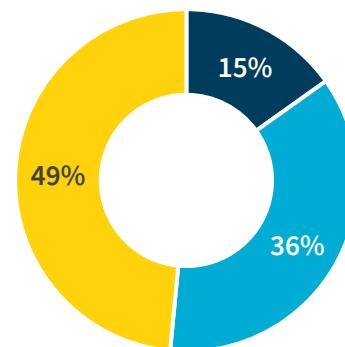


Befragungszeitraum: 12. Februar – 7. März 2025



33 Teilnehmende

**Größe der VNB nach Anzahl
der Anschlussstellen (Strom + Gas)**



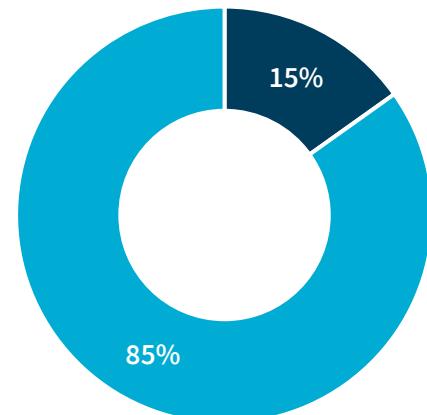
- kleiner VNB (<25.000)
- mittlerer VNB (25.000 – 100.000)
- großer VNB (>100.000)

kleine VNB
(Gesamt: 5)

mittlere VNB
(Gesamt: 12)

große VNB
(Gesamt: 16)

Position der Befragten



- Mitarbeiter:in
- Leitungsposition

Die Befragung wurde digital durchgeführt und war an Mitarbeitende im Bereich Kundenservice von Netzbetreibern gerichtet. Die Teilnahme an der Befragung war freiwillig. Es haben sich vermehrt mittlere und große Netzbetreiber an der Umfrage beteiligt. Der Fragebogen wurde zumeist von Personen in Leitungspositionen ausgefüllt. Einige Fragen wurden nicht von allen Verteilnetzbetreibern beantwortet. Aufgrund von Rundungsdifferenzen können Gesamtverschiebungen in den Grafiken von +- 1% auftreten, die die Interpretation der Ergebnisse allerdings nicht verfälschen.

2

Befragungsergebnisse

Überblick zu den Inhalten der Befragung

Aufbau des Kundenservices und aktuelle Herausforderungen

Entwicklung Kundenanfragen und Belastung der Mitarbeitenden

Arbeitsorganisation des Kundenservice

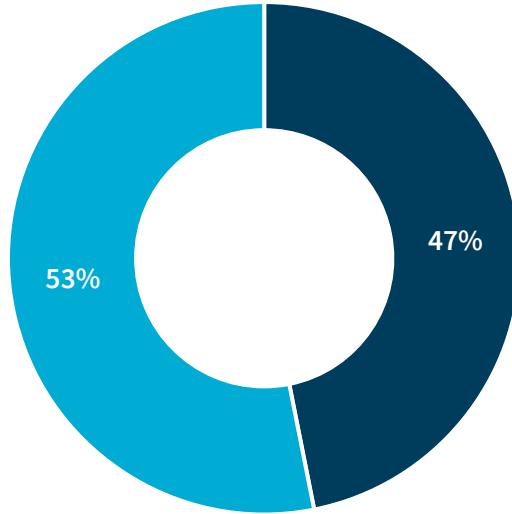
Aktuelle und zukünftige Maßnahmen zur Optimierung des Kundenservice

ZUSAMMENFASSUNG HERAUSFORDERUNGEN IM KUNDENSERVICE VON NETZBETREIBERN

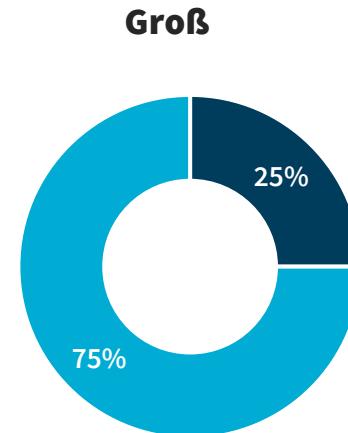
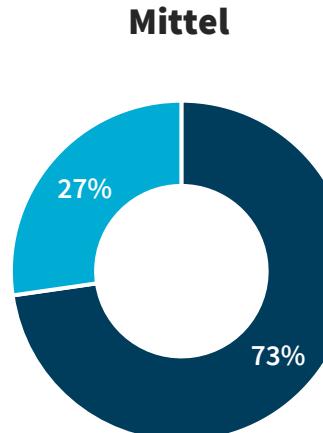
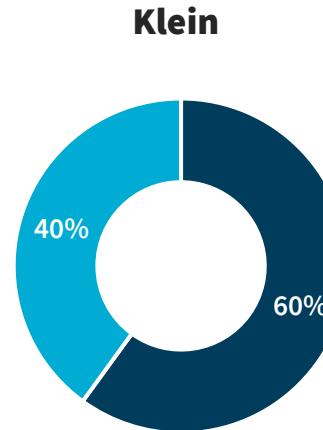
Aufbau des Kundenservices und aktuelle Herausforderungen



Haben Sie einen zentralen Kundenservice, der alle Problemstellungen der Kunden behandeln kann?



- Ja, wir haben einen Kundenservice, der unter einer Telefonnummer zu allen Themengebieten aussagekräftig ist.
- Nein, wir haben verschiedene Abteilungen für unterschiedliche Themen.

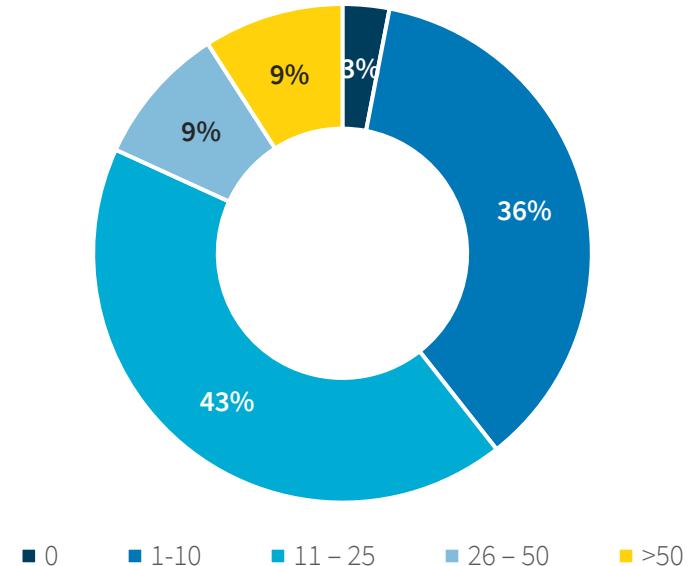


Wie die Netzbetreiber grundsätzlich im Kundenservice aufgestellt sind, zeigt sich bei der Frage nach einer **Organisationseinheit**, welches **alle Fragen umfassend beantworten kann**. Dieses existiert unter den Befragten Unternehmen lediglich bei **47%**. Die **Mehrzahl hat verschiedene Teams** für verschiedene Fragestellungen, an die sich die Kunden richten können. Sowohl die **kleinen** als auch die **mittleren VNB** haben zu einem deutlichen **höheren Anteil** einen **zentralen Kundenservice**. Lediglich **ein Viertel der große VNB** gaben dies an.

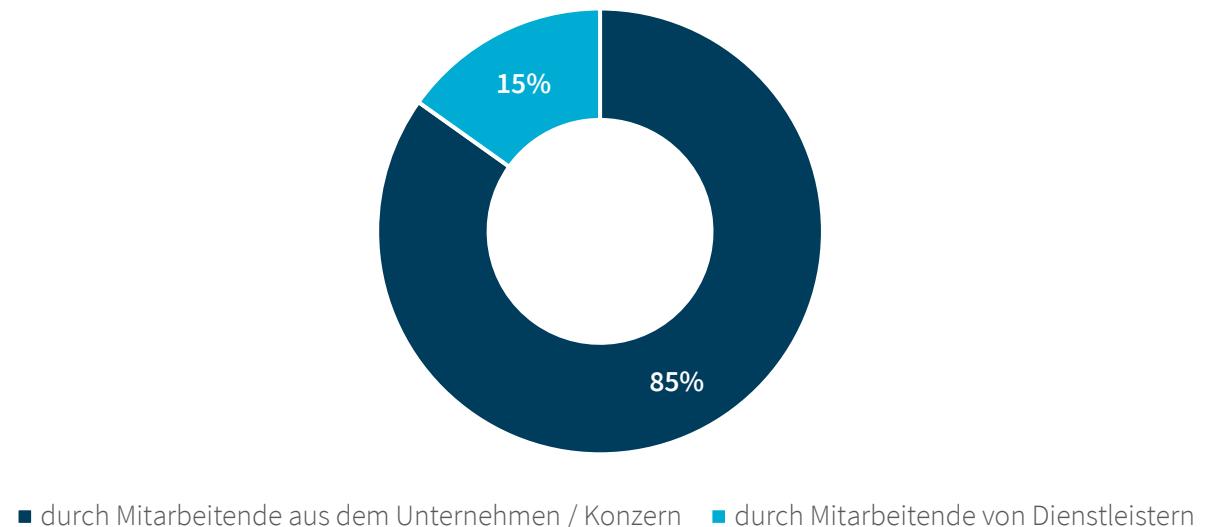


Mitarbeitende im Kundenservice

Wie viele Mitarbeitende haben Sie im Kundenservice mit direktem Kundenkontakt (ohne Dienstleister)?



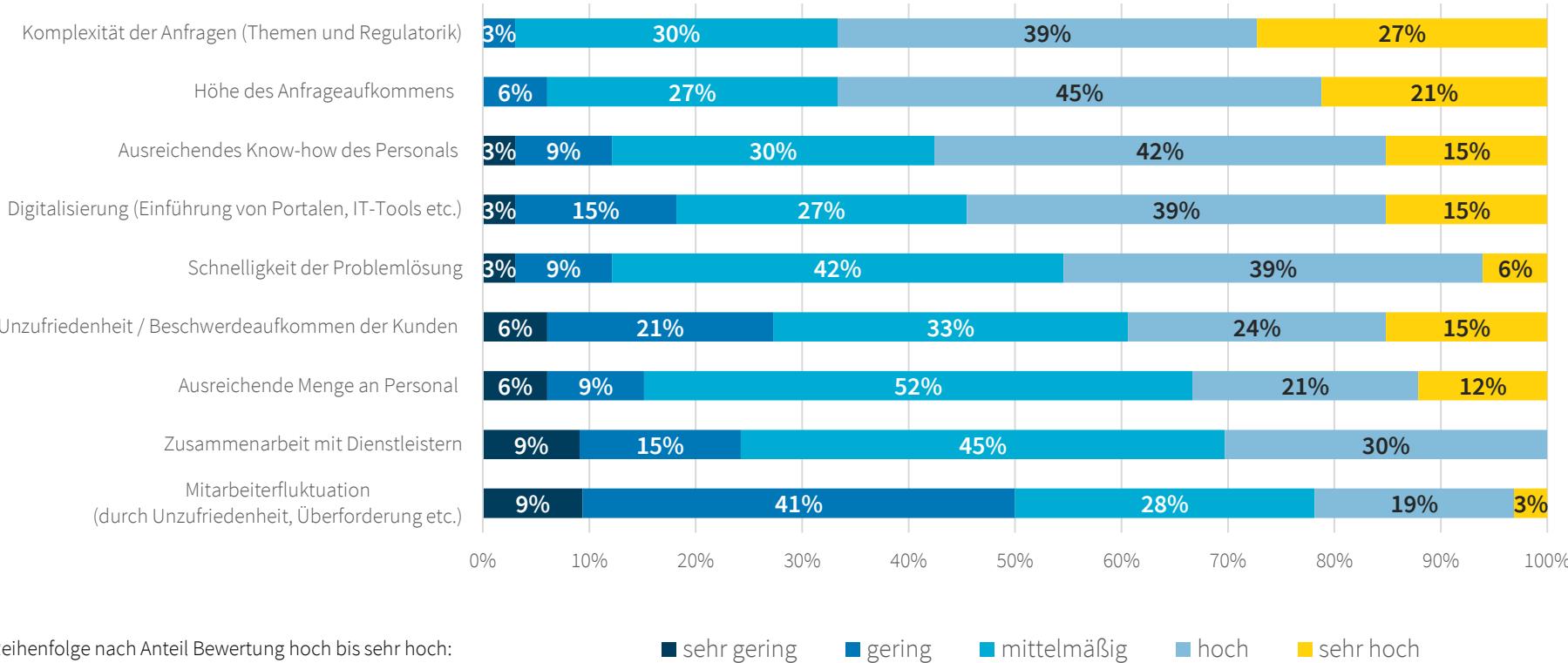
Durch wen werden die eigenen Kundenanfragen größtenteils bearbeitet?



Der **Großteil** der Befragten **Netzbetreiber** (79%) hat **zwischen einem und 25 Mitarbeitende** im Kundenservice. **Je größer** die **VNB** sind, **umso größer** ist das **Team** im Bereich Kundenservice. So haben einzig die großen VNB mit einem Anteil von 38% mehr als 25 Mitarbeitende in diesem Bereich. Die **Bearbeitung** erfolgt bei **85% durch Mitarbeitende aus dem Unternehmen/Konzern**.



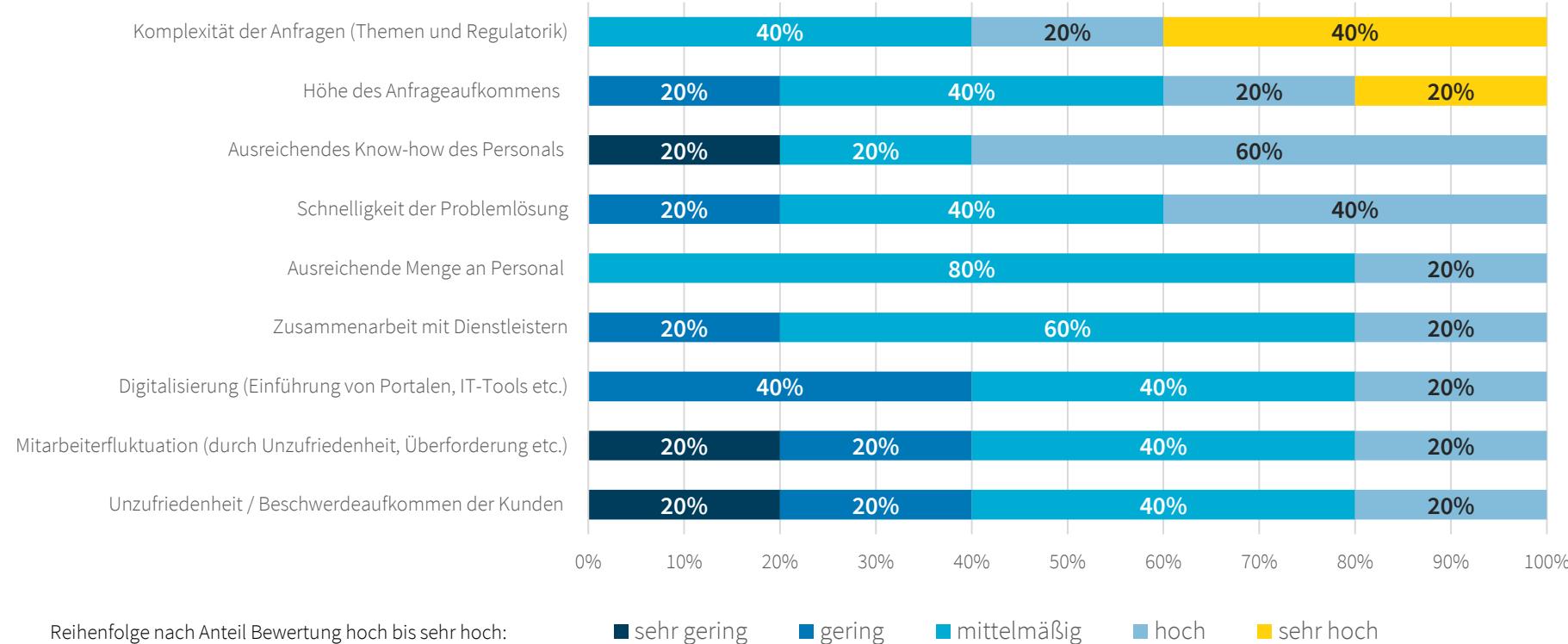
Aktuelle Herausforderungen im Kundenservice



Mehr als zwei Drittel der Befragten bewerteten die **Komplexität der Anfragen** als mindestens hoch und erachteten sie als die **größte Herausforderung**. Ähnliche Werte erreichen die **Höhe des Anfrageaufkommens** und mit leichtem Abstand das **ausreichende Know-how des Personals**. Weniger Probleme entstehen laut Umfrage durch Mitarbeiterfluktuation oder auch durch die Zusammenarbeit mit Dienstleistern.



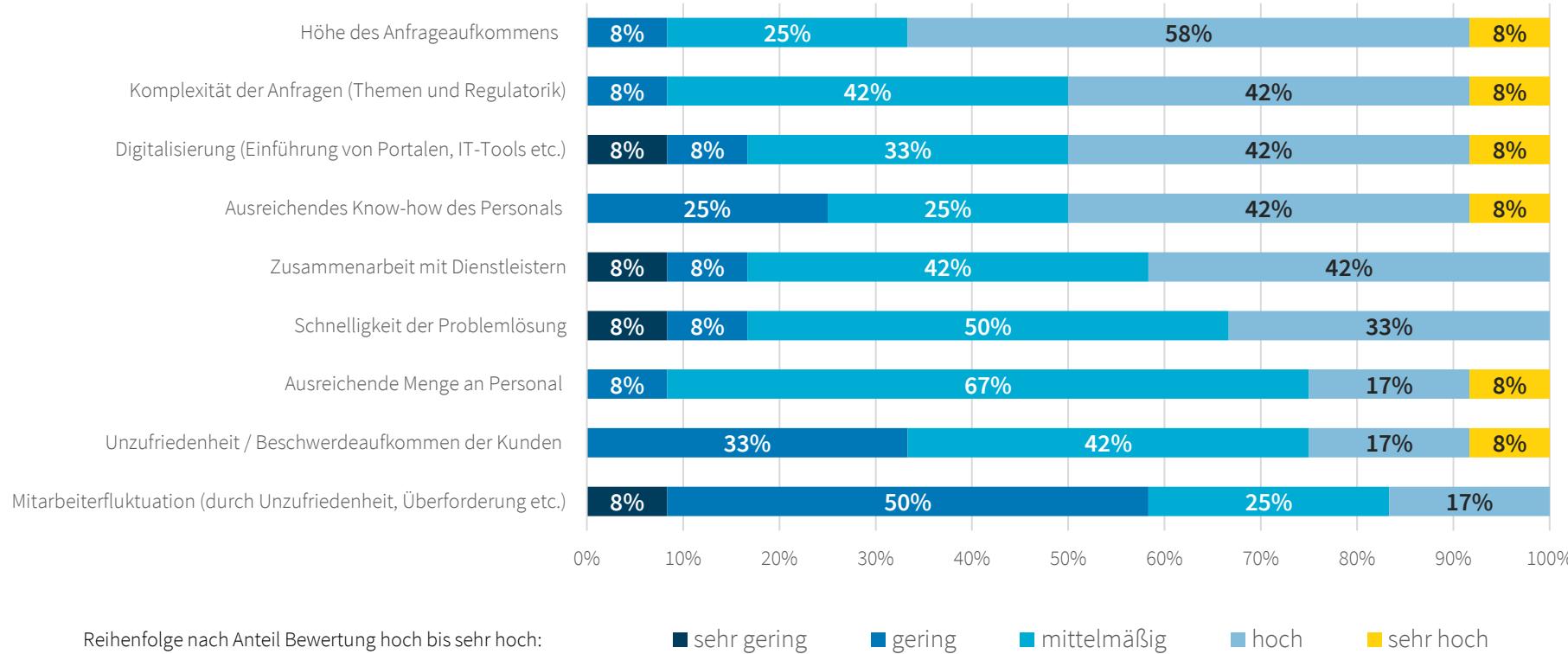
Aktuelle Herausforderungen im Kundenservice



Kleine Netzbetreiber stufen die **Herausforderungen grundlegend weniger als hoch bis sehr hoch** ein. Sie sehen die **größten Herausforderungen** auch in der **Höhe des Anfrageaufkommens** und der **Komplexität der Anfragen** und dem ausreichenden **know-how des Personals** – diese Themen werden häufig als „hoch“ bis „sehr hoch“ eingestuft. Die **Digitalisierung** wird im Vergleich zur Gesamtheit als **deutlich weniger relevant** bewertet.



Aktuelle Herausforderungen im Kundenservice

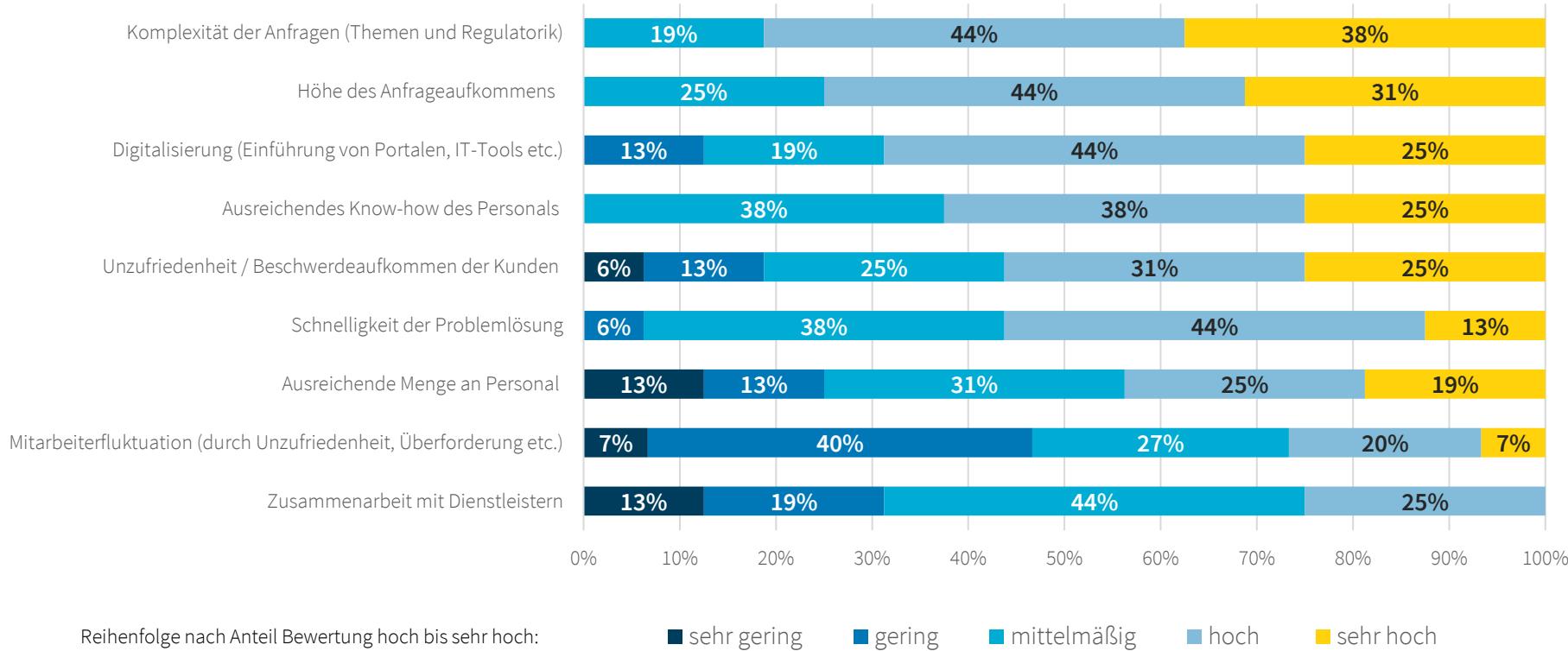


Auch die **mittelgroßen Netzbetreiber** ordnen die genannten Herausforderungen sehr **selten** in die **Kategorie sehr hoch** ein. Neben den **gleichbleibenden Top 2 Themen** (Höhe des Anfrageaufkommens und Komplexität der Anfragen) befindet sich hier die **Digitalisierung auf dem dritten Rang** mit 50% der Bewertungen mit mindestens hoch. **Im Vergleich** zur Gesamtheit ist hier die **Zusammenarbeit mit Dienstleistern am höchsten platziert**.



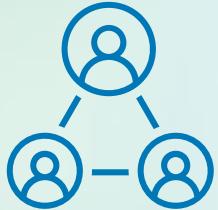
große VNB

Aktuelle Herausforderungen im Kundenservice



Im Größenvergleich zeigt sich, dass **größere VNB** nahezu allen genannten **Herausforderungen** eine **höhere Relevanz zusprechen**. So steigt der Wert für die Komplexität der Anfragen für hoch bis sehr hoch sogar auf über 80 %. Das **steigende Anfrageaufkommen** wird auch noch von **drei Viertel** in seiner Relevanz auf **als hoch bis sehr hoch eingeschätzt**. Einzig das Thema **Mitarbeiterfluktuation** wird im Vergleich zur Gesamtheit von etwas **weniger der großen Netzbetreibern** in diese Kategorie eingestuft.

Zusammenfassung: Aufbau des Kundenservice und aktuelle Herausforderungen



Die Umfrage zeigt, dass eine knappe Mehrheit der Netzbetreiber ihren Kundenservice in verschiedene Abteilungen unterteilt, während der andere Teil eine zentrale Anlaufstelle nutzt. Viele Unternehmen verfügen nur über eine begrenzte Anzahl an Mitarbeitenden im Kundenservice, was auf Herausforderungen bei hoher Anfragebelastung hindeuten könnte. Zudem setzen die meisten auf interne Teams, während externe Dienstleister eine untergeordnete Rolle spielen.

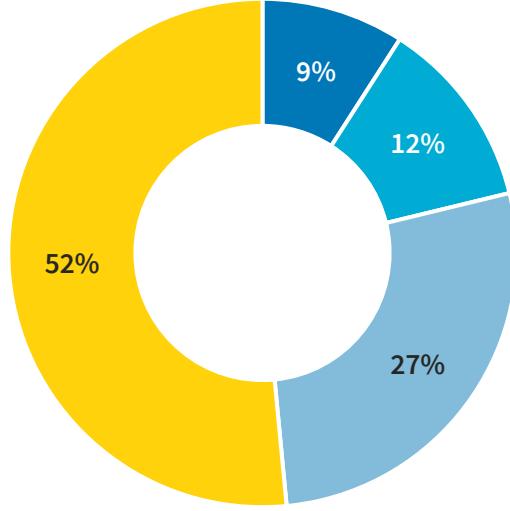
Die größten Herausforderungen liegen in der steigenden Anfragekomplexität, dem hohen Anfrageaufkommen und dem nötigen Know-how des Personals. Um diese zu bewältigen, müssen Netzbetreiber ihre Prozesse optimieren und stärker auf Digitalisierung setzen.

Der Einsatz von KI-gestützten Tools und Self-Service-Portalen kann einfache Anfragen automatisieren und Mitarbeitende entlasten. Gleichzeitig sind gezielte Schulungen notwendig, um das Know-how der Mitarbeitenden kontinuierlich zu erweitern. Falls das Anfragevolumen weiter steigt, könnte zudem eine Skalierung des Kundenservice-Teams oder der verstärkte Einsatz externer Dienstleister erforderlich sein. Effizientere Abläufe und qualifiziertes Personal sind entscheidend, um die Kundenzufriedenheit langfristig zu sichern und die Servicequalität zu verbessern.

Kundenanfragen und Belastung der Mitarbeitenden

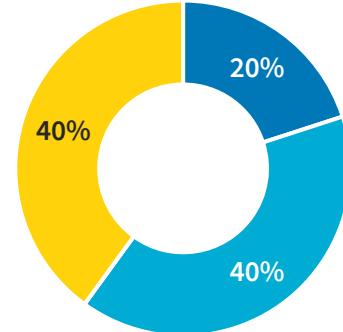


Wie hat sich die Anzahl der Kundenanfragen/-kontakte über alle Kanäle hinweg über die letzten 2 Jahre verändert?

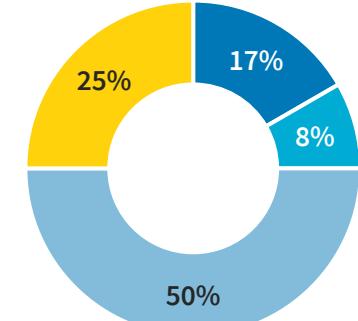


- stark gesunken
- leicht gesunken
- gleich geblieben
- leicht gestiegen
- stark gestiegen

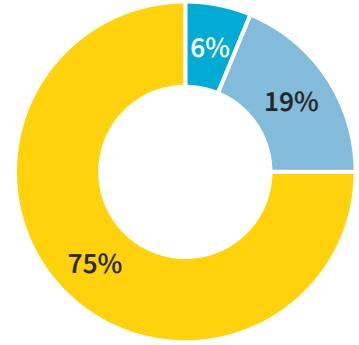
Klein



Mittel



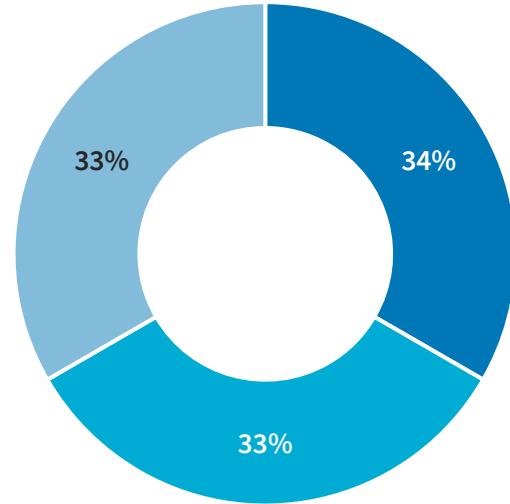
Groß



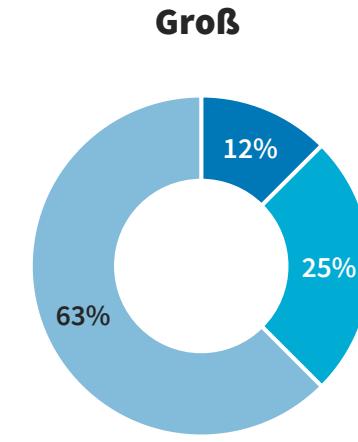
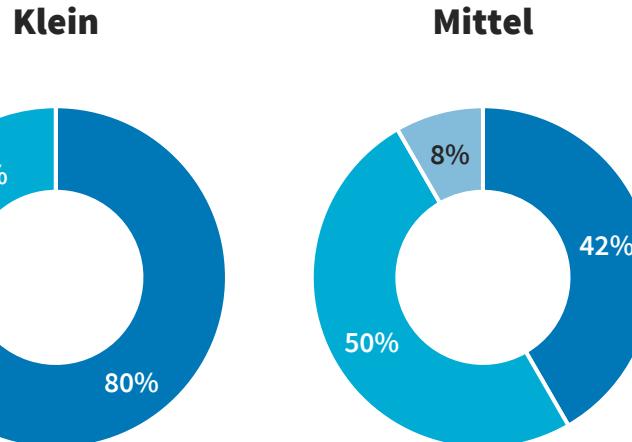
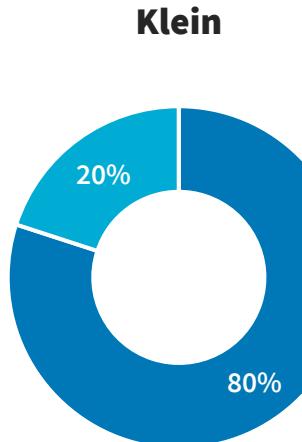
Fast **80%** der Befragten geben an, dass die **Kundenkontakte in den letzten 2 Jahren gestiegen** sind. Der größte Teil davon berichtet sogar von einer starken Steigerung. Von den **großen VNB** gaben lediglich zwei Unternehmen an, dass bei ihnen die Kontaktanfragen nicht gestiegen sind, **drei Viertel** sprechen von **stark gestiegenen Anfragen**.



Wie schätzen Sie das Verhältnis von Beschwerdeaufkommen zu verfügbaren Ressourcen in Ihrem Kundenservice ein?



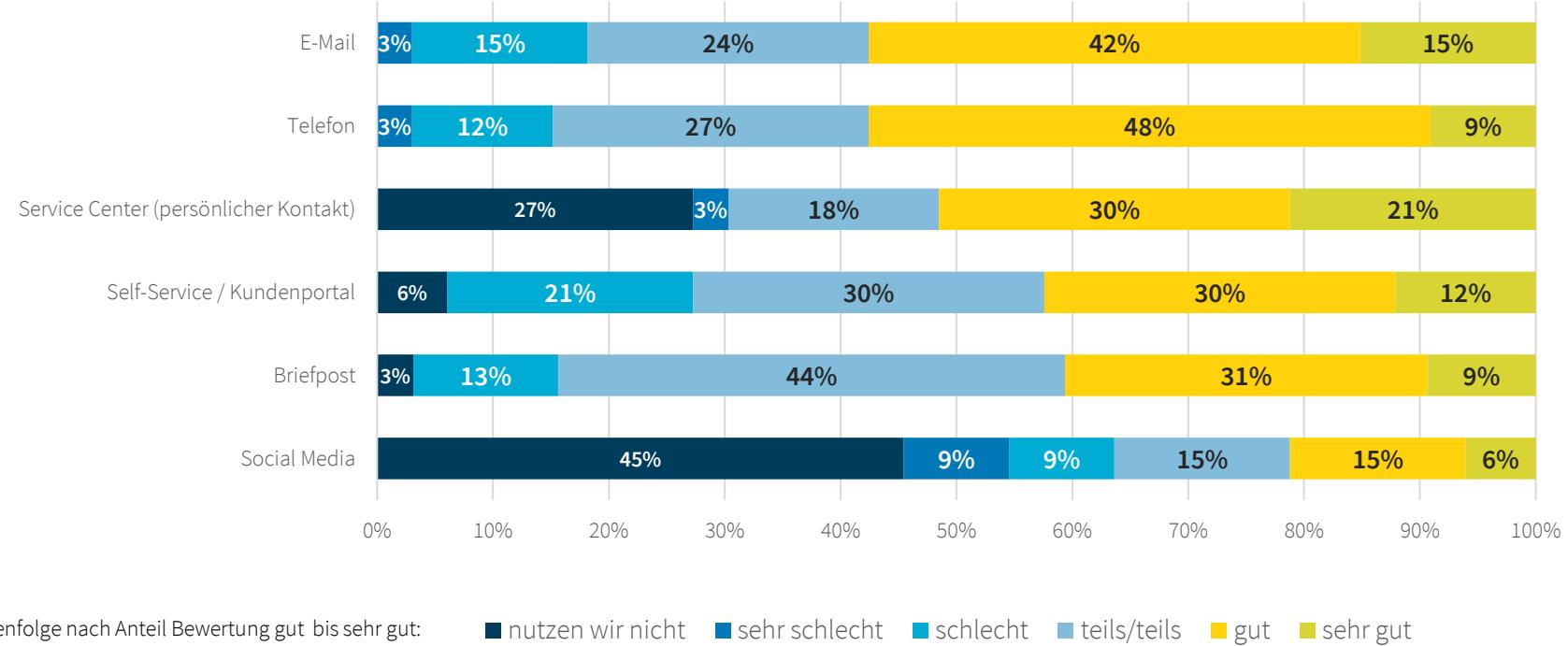
- Unterauslastung (zu viele Ressourcen)
- Ressourcen sind ausreichend, um das Beschwerdeaufkommen zu bewältigen
- Leichte Überlastung, aber noch handhabbar
- Deutliche Überlastung



Zwei Drittel der Netzbetreiber berichten von leichten bis deutlichen Überlastungen bei der Bearbeitung von Beschwerdeaufkommen. Es zeigt sich wieder der Trend, dass diese Werte von kleinen zu großen VNB steigen. So gaben nur knapp über 10% der großen Netzbetreiber an, dass ihre Ressourcen ausreichend sind, um das Beschwerdeaufkommen zu bewältigen.



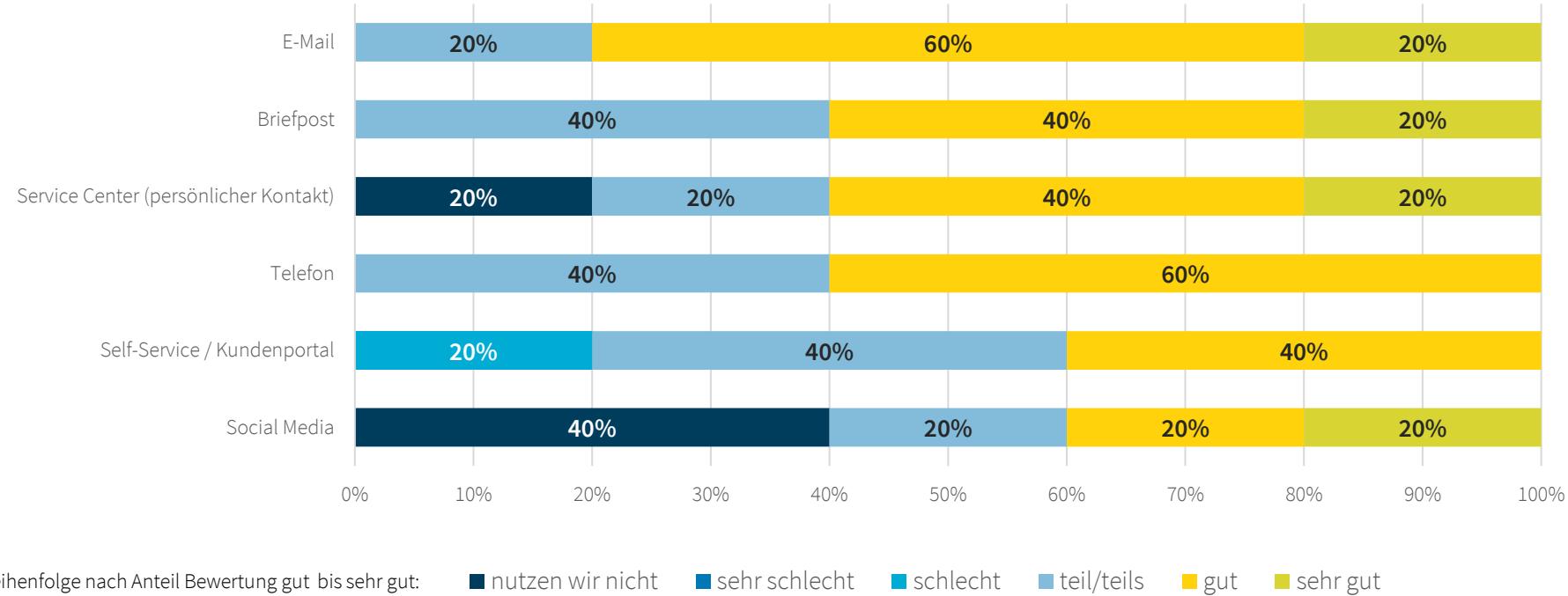
Wie gut konnten Sie die Menge an Kundenanfragen über folgende Kanäle im Jahr 2024 abarbeiten?



E-Mail und **Telefon** erzielten die **besten Bewertungen**. Dennoch sehen über 40 % der Befragten dort **Verbesserungspotenzial**. Mehr als **ein Viertel** bietet **keinen persönlichen Kontakt** im Service-Center. Bei großen VNB sind es sogar deutlich über 40%. Der **Kanal Briefpost** wird vor allem von **mittleren VNB**, und der **Self-Service** von **kleinen VNB** als **optimierungswürdig** eingeschätzt. Fast die **Hälfe der Befragten** Netzbetreiber **nutzt Social Media nicht** für Kundenanfragen.



Wie gut konnten Sie die Menge an Kundenanfragen über folgende Kanäle im Jahr 2024 abarbeiten?



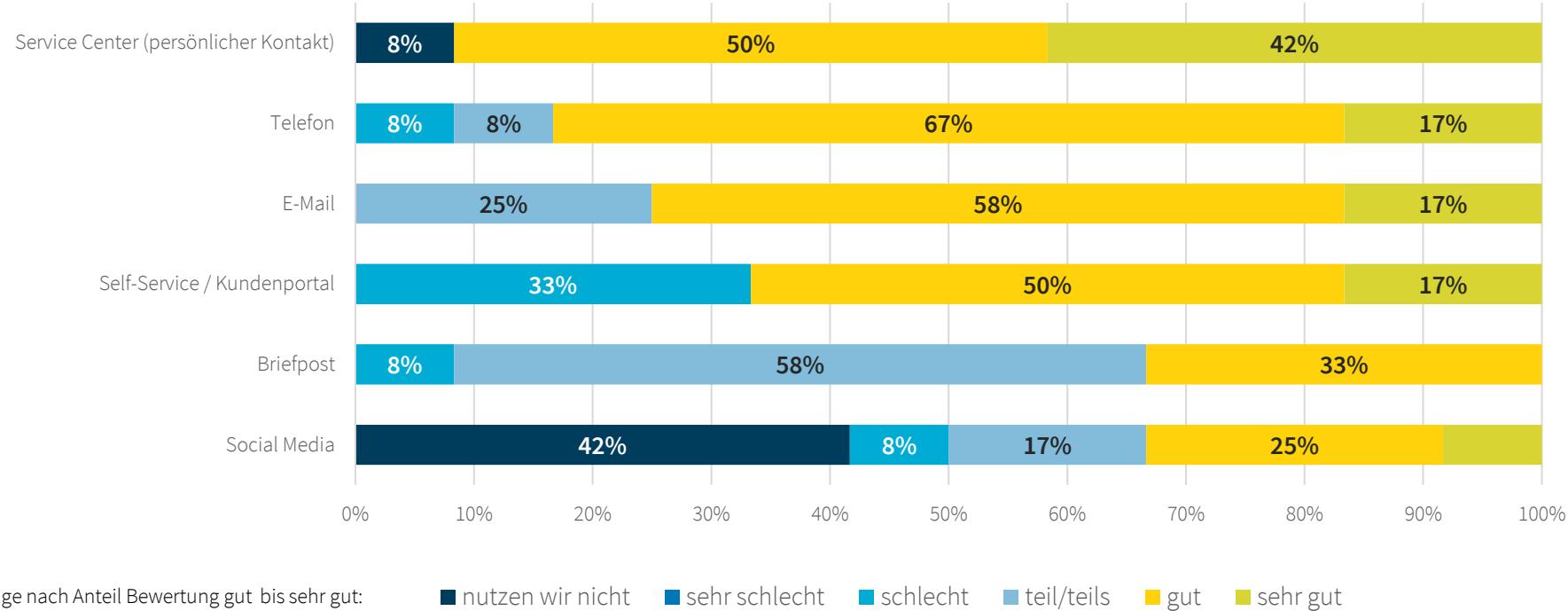
E-Mail und **Briefpost** konnten die **kleinen Netzbetreiber** im Vergleich zum Gesamtergebnis **besonders gut** abarbeiten.

Die einzigen schlechten Bewertungen erhielt der Bereich **Self-Service / Kundenportal** mit 20%.

Bei den 60%, die **Social Media** nutzen, läuft dies überwiegend positiv.



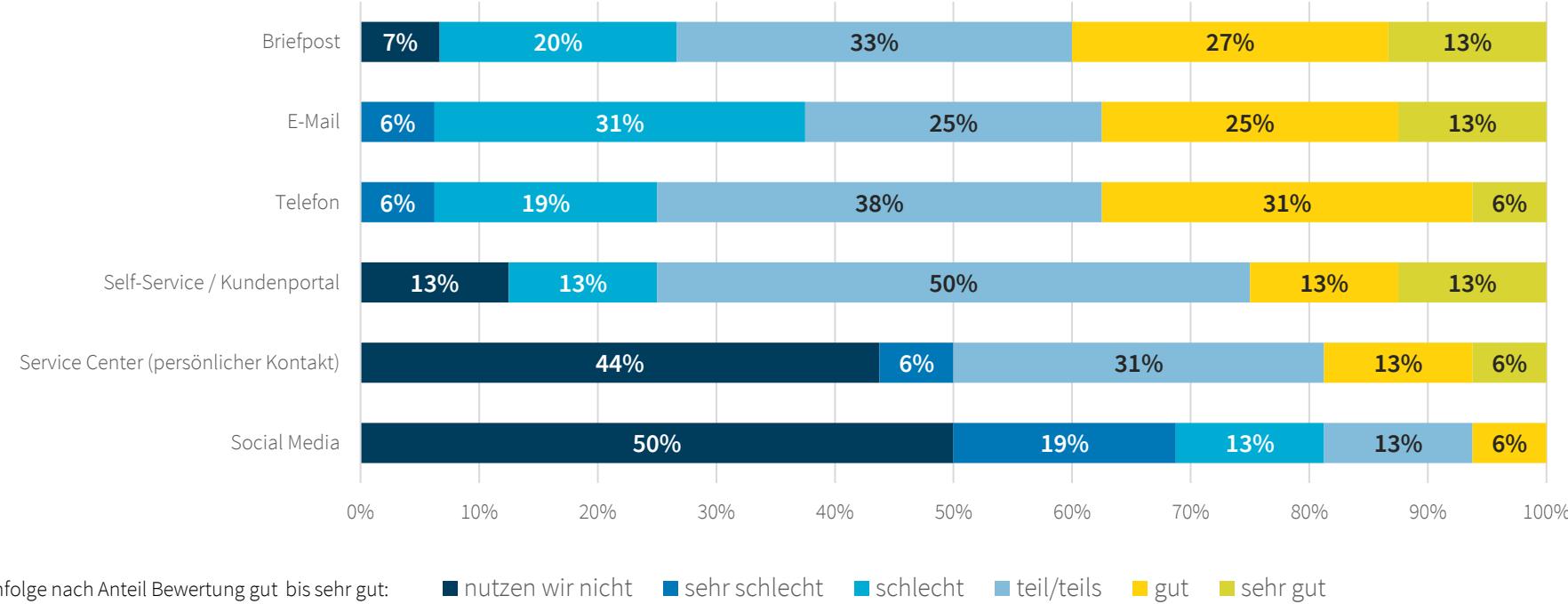
Wie gut konnten Sie die Menge an Kundenanfragen über folgende Kanäle im Jahr 2024 abarbeiten?



Diejenigen mittelgroßen **Netzbetreiber**, die ein **Service Center** haben, konnten laut Abfrage die **dortigen Kundenanfragen allesamt mindestens gut bearbeiten**. Probleme zeigen sich bei **rund einem Drittel** beim **Self-Service**. Der **Kanal Social-Media** wird von **über 40%** gar **nicht bedient**.



Wie gut konnten Sie die Menge an Kundenanfragen über folgende Kanäle im Jahr 2024 abarbeiten?



Die befragten **großen Netzbetreiber** haben mit **über 40%** den größten Anteil derer, die **kein Service Center** besitzen. Die **besten Erfolgsquoten** weisen die **Briefpost, Telefon** und die **Self-Service Portale** auf. Der Bereich **E-Mail** zeigt bei **über einem Drittel**, die schlecht bis sehr schlecht angegeben haben, ein **deutliches Verbesserungspotenzial**. Der Kanal **Social Media** funktioniert bei der Hälfte, die ihn nutzt, zum **überwiegenden Teil** nur **schlecht bis sehr schlecht**.

Zusammenfassung: Kundenanfragen und Belastung der Mitarbeitenden



Die Ergebnisse zeigen, dass die Zahl der Kundenanfragen im Kundenservice von Netzbetreibern in den letzten zwei Jahren gestiegen ist, bei einem Großteil der Befragten sogar stark. Das bestätigt nochmal den gesteigerten Servicebedarf. Gleichzeitig zeigt sich eine Herausforderung im Verhältnis von Beschwerdeaufkommen zu verfügbaren Ressourcen im Kundenservice – über zwei Drittel geben eine leichte bis starke Überbelastung an, was auf eine angespannte Lage hindeutet. Dieses Bild zeigt sich verstärkt bei großen VNB, bei denen allein dem Punkt deutliche Überbelastung 60% zustimmen.

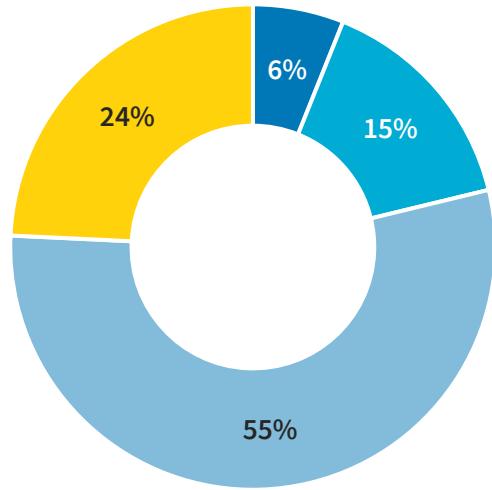
Hinsichtlich der Bearbeitung von Kundenanfragen über verschiedene Kanäle gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Netzbetreibern. Kleine und mittlere VNB sind grundsätzlich mit der Bearbeitung von Kundenkontakten in den verschiedenen Kanälen zufriedener als die größeren Vertreter. Ebenso ist festzustellen, dass sie eine stärkere Durchdringung von Service Centern für den persönlichen Kontakt haben, bei gleichzeitig höherer Zufriedenheit in der Nutzung. Der Kanal Social Media wird von allen Gruppen noch am wenigsten für den Kundenkontakt genutzt und wenn doch, dann ist die Nutzung vor allem für große VNB noch nicht zufriedenstellend gewesen hinsichtlich der Bearbeitung von Kundenanliegen.

Insgesamt lässt sich ableiten, dass die steigende Nachfrage die Service-Kapazitäten deutlich herausfordert und die Gefahr besteht, dass bei ausbleibender Anpassung an die aktuellen und kommenden Gegebenheiten die Mitarbeitenden immer größeren Belastungen ausgesetzt sind. Die Netzbetreiber sollten daher dringend prüfen, wie sie Prozesse optimieren und an die Erfordernisse der Kund:innen sowie Mitarbeitenden anpassen. Nur so sind Entlastungen möglich.

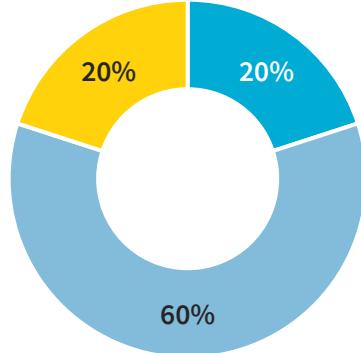
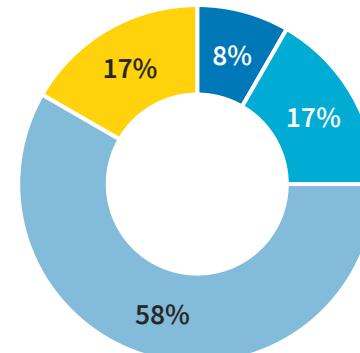
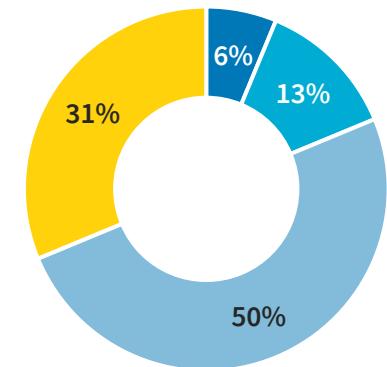
Ablauforganisation des Kundenservice



(psychische) Belastung der Mitarbeitenden im Kundenservice in Bezug auf die Organisation der täglichen Arbeit



- sehr niedrig (Feste Zuweisung/Planung der Tätigkeiten ohne spontane Sprünge)
- niedrig (nur wenig Wechsel zwischen den verschiedenen Arbeiten)
- ausgeglichen (bewältigbarer Wechsel zwischen den verschiedenen Arbeiten)
- hoch (häufige Wechsel zwischen den verschiedenen Arbeiten)
- sehr hoch (sehr häufige Wechsel zwischen den verschiedenen Arbeiten)

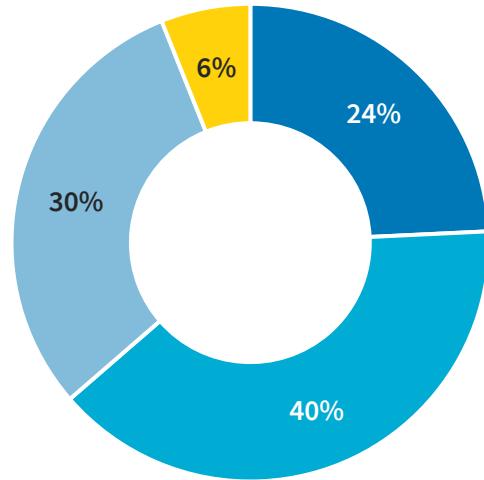
Klein**Mittel****Groß**

Annähernd **80%** der befragten Netzbetreiber gaben an, dass die **Belastung der Mitarbeitenden im Kundenservice hoch bis sehr hoch** ist, also häufig bis sehr häufig ein Wechsel zwischen verschiedenen Arbeiten stattfindet.

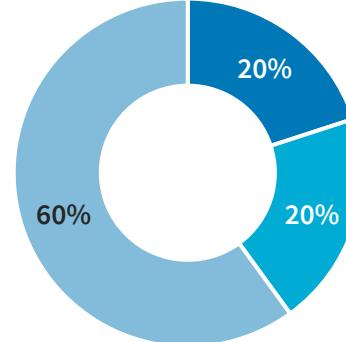
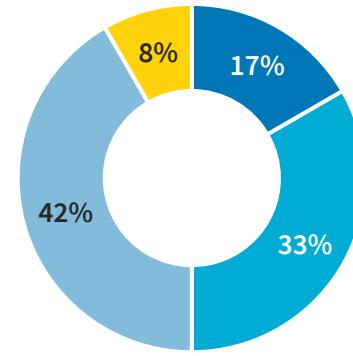
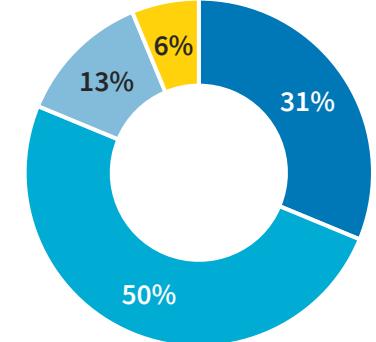
Im Vergleich zu den kleinen und mittleren Netzbetreibern ist der Wert der **sehr hohen Belastung** bei den **großen VNB** mit **31%** über 10 Prozentpunkte höher.



Wie gut funktioniert aus Ihrer Sicht die Organisation der täglichen Arbeit im Kundenservice?



- sehr schlecht (häufige Probleme, ineffiziente Abläufe)
- eher schlecht (gelegentliche Schwierigkeiten, Abläufe oft unklar)
- neutral (teils gut, teils problematisch)
- eher gut (die meisten Abläufe sind gut organisiert)
- sehr gut (reibungslose Organisation, klare Prozesse)

Klein**Mittel****Groß**

Kein Netzbetreiber berichtet von einer sehr schlechten Organisation der täglichen Arbeit im Kundenservice. Allerdings zeigen **rund zwei Drittel**, die neutral bis eher schlecht angegeben haben, dass durchaus **Verbesserungspotential** in diesem Bereich besteht. Wenn man nur auf die **großen VNB** schaut wächst dieser Wert auf **über 80%**. Wohingegen die **kleinen VNB** den **größten Anteil** unter den Befragten haben, die diese Frage mit **eher gut** bewertet haben. Dafür finden sich **nur** bei den **mittleren und großen VNB**, die ihre Organisation der täglichen Arbeit mit **sehr gut** bewerten.

Zusammenfassung: Arbeitsorganisation des Kundenservice



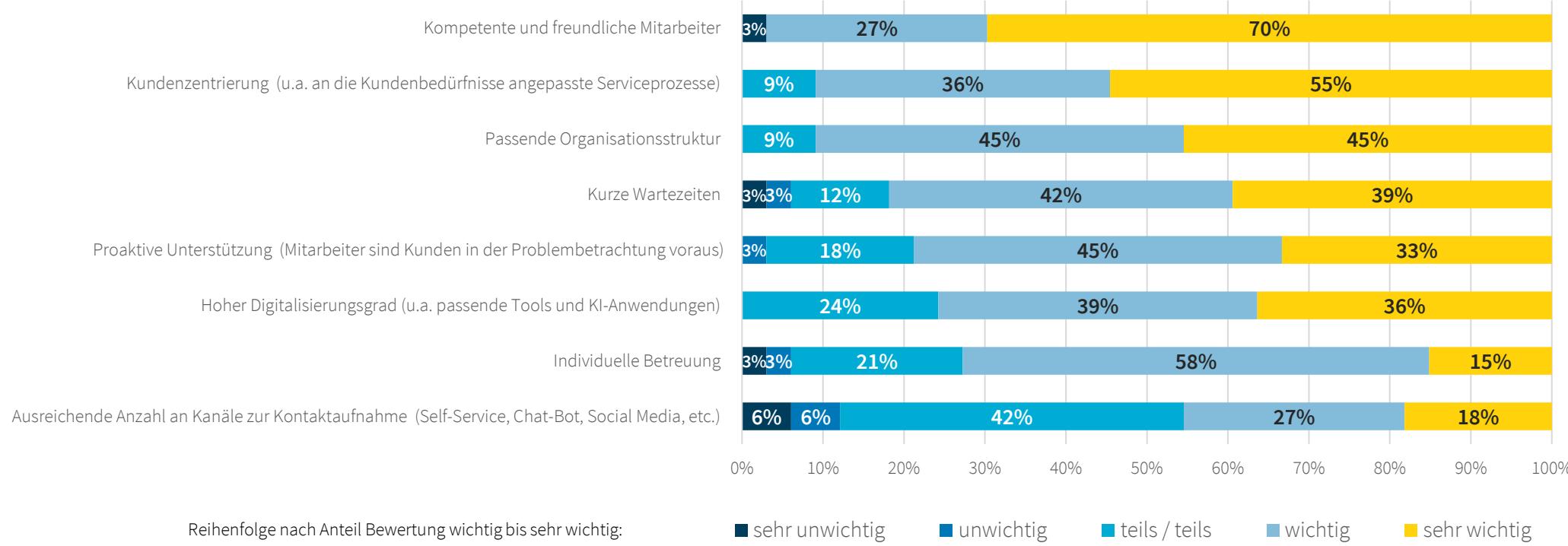
Die Daten zeigen, dass die psychische Belastung der Mitarbeitenden im Kundenservice durch häufige Wechsel zwischen verschiedenen Arbeitsarten/Kommunikationskanälen – etwa zwischen Telefonie und schriftlicher Kommunikation – als hoch bis sehr hoch wahrgenommen wird. Nur ein kleiner Anteil empfindet die Arbeitsorganisation als ausreichend stabil und planbar. Diese Einschätzung deckt sich mit der Wahrnehmung zur generellen Organisation des Arbeitsalltags: Viele bewerten die Abläufe als bestenfalls mittelmäßig strukturiert – mit einer signifikanten Gruppe, die klare Mängel sieht.

Diese Ergebnisse deuten auf ein strukturelles Problem in der Arbeitsorganisation hin. Die Belastung entsteht nicht nur durch das Arbeitsvolumen, sondern durch mangelnde Klarheit und Planbarkeit im Ablauf. Für Unternehmen ergibt sich daraus die Notwendigkeit, stärker auf klare Rollenverteilungen, besser planbare Schicht- und Aufgabenmodelle sowie auf systematische Prozessoptimierung zu setzen. Andernfalls drohen langfristig Motivationseinbußen und erhöhte Fluktuation im Kundenservice.

Aktuelle und zukünftige Maßnahmen zur Optimierung des Kundenservice



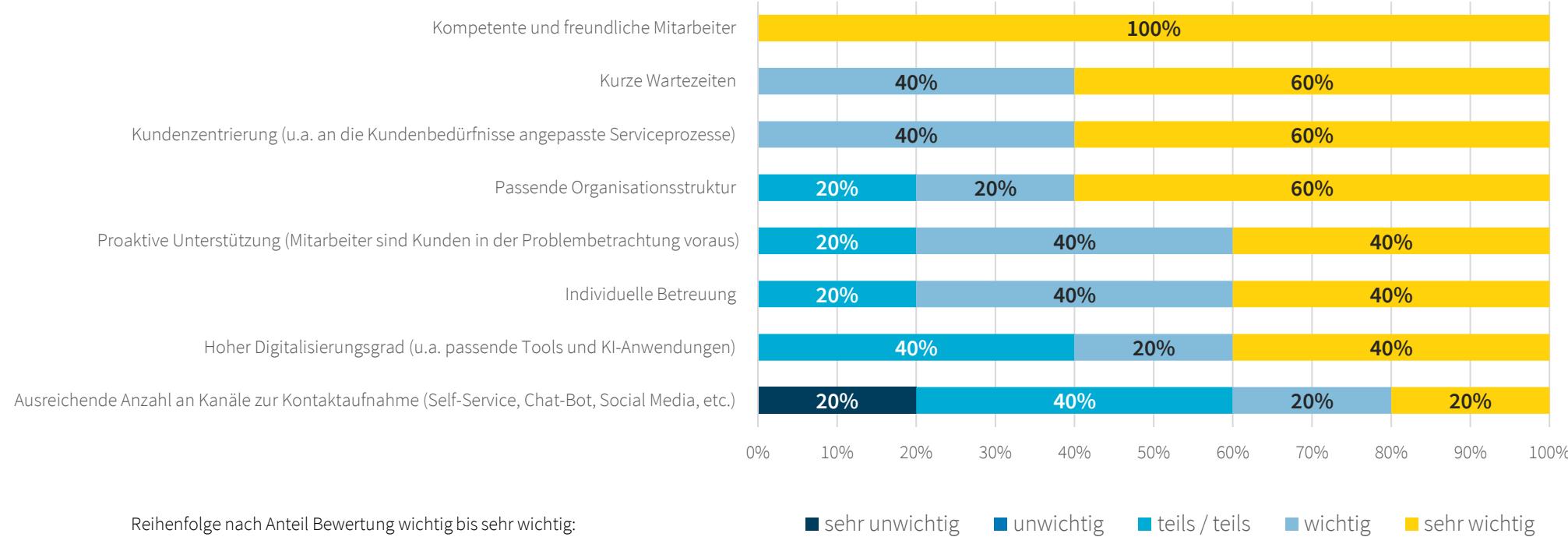
Als wie wichtig schätzen Sie folgende Faktoren ein, um die Kundenzufriedenheit im Service zu erhöhen?



Kompetente und freundliche Mitarbeitende werden über alle befragten Netzbetreiber hinweg als das **höchste Gut** erachtet, um die Kundenzufriedenheit im Service zu erhöhen. Dahinter folgen **auf den Plätzen** die **Kundenzentrierung** und die **passende Organisationsstruktur**. Als **eher nachrangig** wurden die **ausreichende Anzahl an Kontaktkanälen** aber auch ein **hoher Digitalisierungsgrad** bewertet.



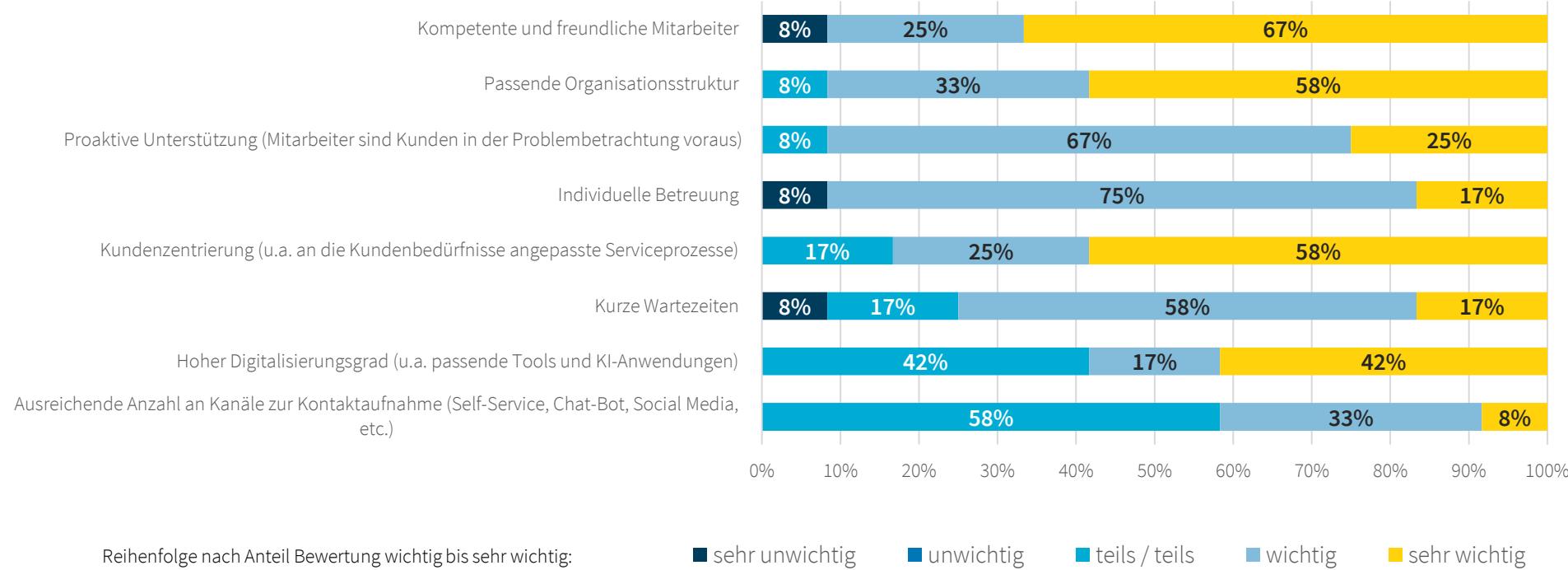
Als wie wichtig schätzen Sie folgende Faktoren ein, um die Kundenzufriedenheit im Service zu erhöhen?



Die kleinen VNB stufen den Faktor **kompetente und freundliche Mitarbeiter** durchweg als **sehr wichtig** ein. Im Gegensatz zum Gesamtbild priorisieren sie **Kurze Wartezeiten** höher.



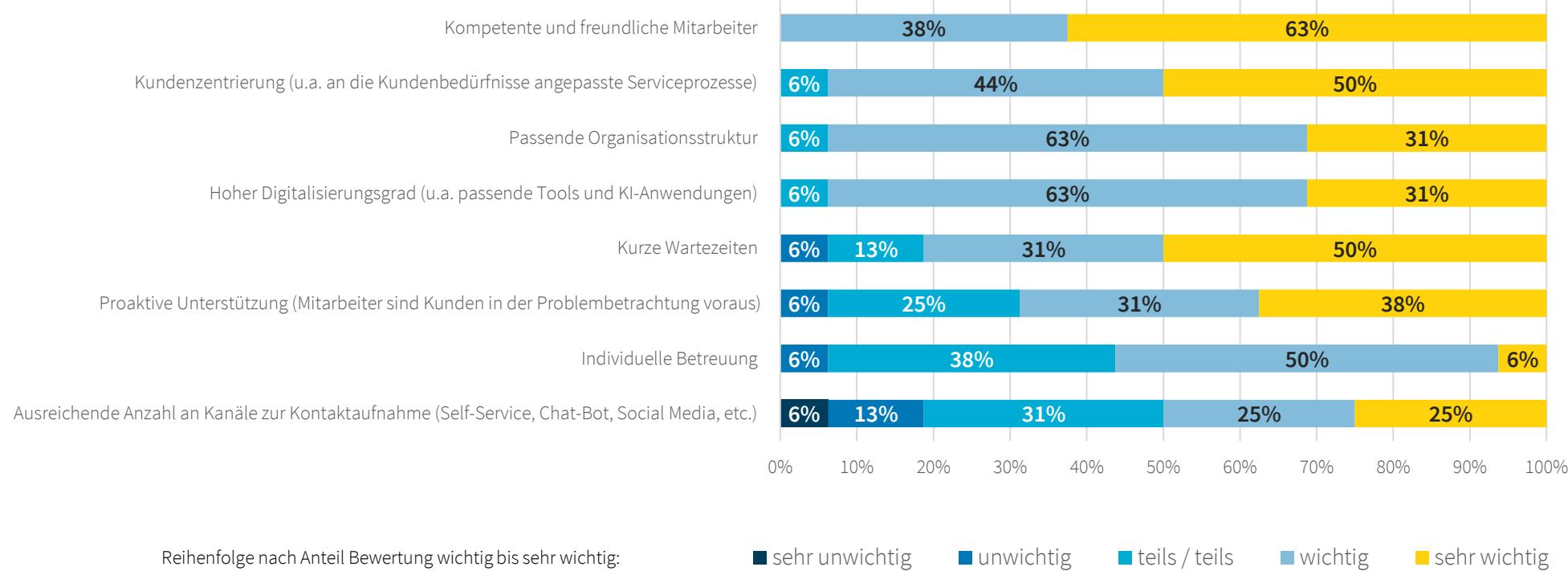
Als wie wichtig schätzen Sie folgende Faktoren ein, um die Kundenzufriedenheit im Service zu erhöhen?



Die **Kundenzentrierung** wird im Vergleich mit den anderen Netzbetreibern von einigen mittleren VNB als **etwas weniger wichtig** wahrgenommen. Wohingegen die **individuelle Betreuung** sowie auch die **proaktive Unterstützung** von mehreren mittelgroßen Netzbetreibern als **relevanter** wahrgenommen werden und dadurch in der Reihenfolge nach oben rutschen.



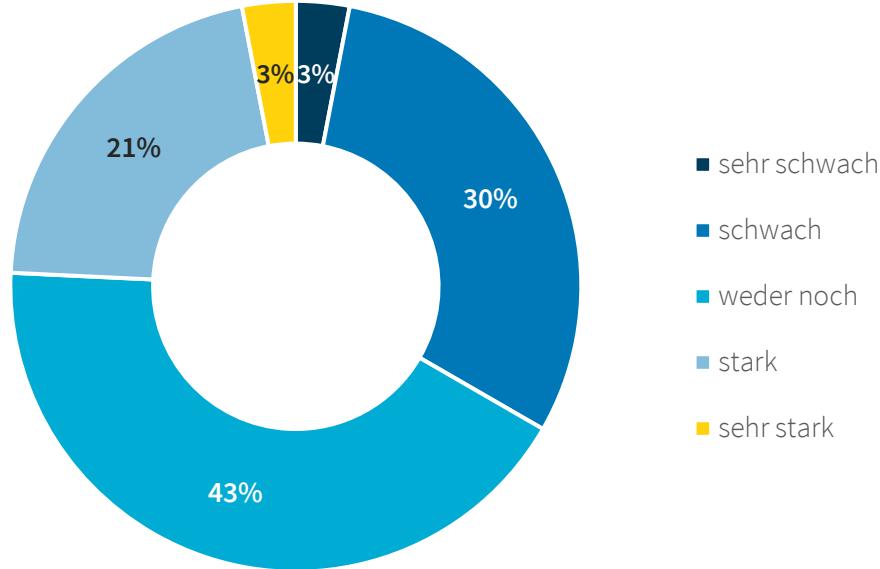
Als wie wichtig schätzen Sie folgende Faktoren ein, um die Kundenzufriedenheit im Service zu erhöhen?



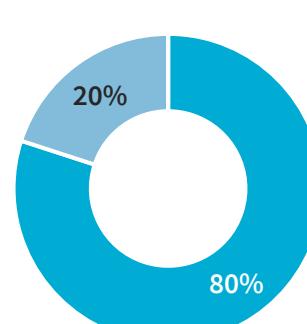
Beim Blick auf die großen VNB sie die Individualisierungsthemen, wie **proaktive Unterstützung, individuelle Betreuung** und **passende Kontaktkanäle** als am **wenigsten relevant** eingestuft worden. Gerade im Vergleich zu den mittleren VNB wird der **Bereich Digitalisierung** für deutlich **wichtiger empfunden**.



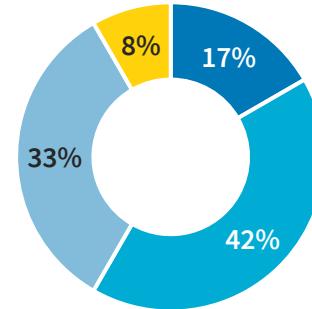
Wie stark ist in Ihrem Unternehmen die Kundenzentrierung ausgespielt?



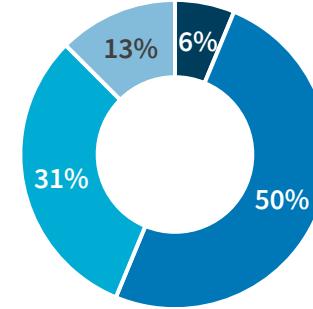
Klein



Mittel



Groß



Ein Drittel der Befragten bewertet die Kundenzentrierung in seinem Unternehmen als **schwach bis sehr schwach**. Als **stark bis sehr stark** wird es von nicht ganz 25% beurteilt. Das bedeutet, dass bei **rund drei Viertel deutliche Optimierungsmöglichkeiten** bestehen. Die **großen Netzbetreiber** haben den **größten Anteil** im **Bereich schwach** mit genau der Hälfte der befragten Unternehmen und das, obwohl sie der Kundenzentrierung bei den Faktoren, die die Kundenzufriedenheit im Service erhöhen, auf den zweiten Platz abgestimmt haben.



Sonstige Faktoren zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit im Service

10 von 33 beteiligten VNB haben geantwortet

unterschiedliche Standards in den ERP-Systemen (z.B.
keine aktuelle Abbildung von Zahlungseingängen
(systemtechnisch nicht abbildbar)

Ausreichende
(human)
Resources

Kompetenzen bei allen
Marktpartnern - §14a wird das
noch einmal deutlich verschärfen

Erkenntnis, dass es
Kunden gibt und nicht
nur Abnehmer

End-to-End Prozessbetrachtung, so dass eingehende
Kundenanfragen auch ohne Brüche durch die Prozesskette
(technisch und kaufmännisch) durchgeleitet werden

Proaktive Kommunikation zum
Kunden (Zwischenstände melden,
Fertigmeldungen versenden), um
Rückfragen zu verringern

Verständnis im Unternehmen für die hohe
Arbeitsbelastung und die alltäglichen
Herausforderungen im Kundenservice

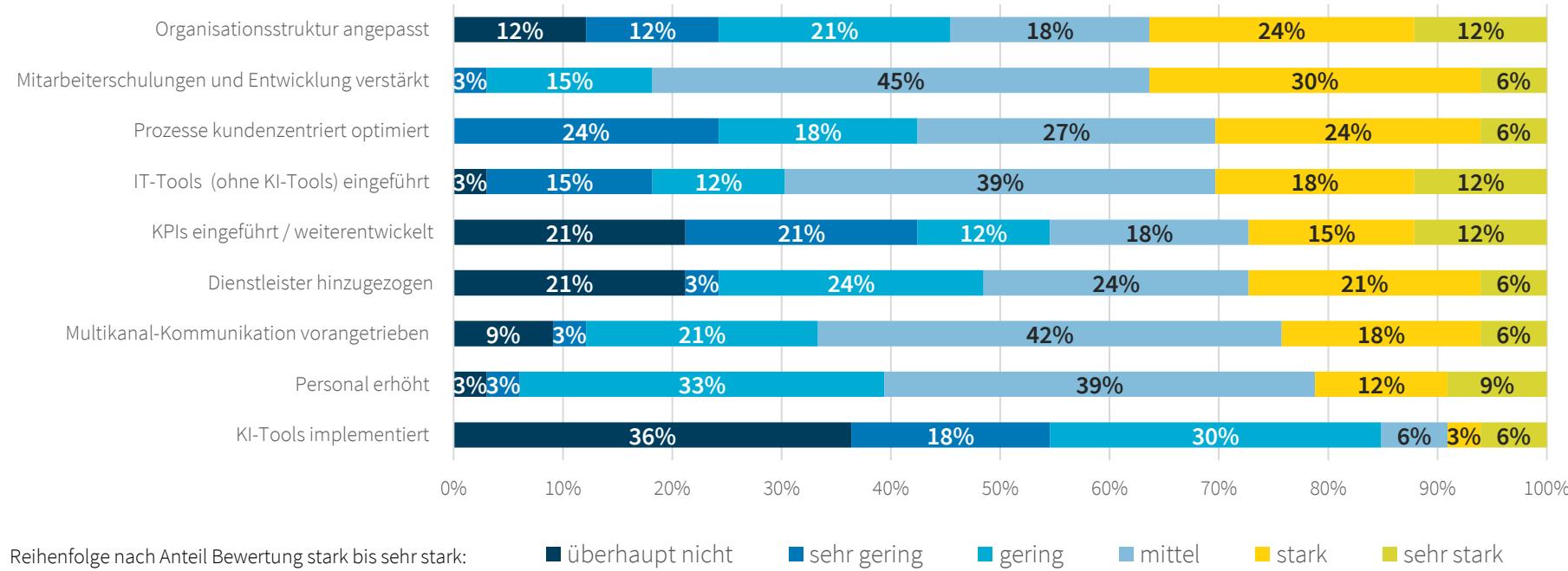
Self Service → unterschiedliche Möglichkeiten in den
Sparten (Energie/Media) führt bei Kunden mit beiden
Sparten zu Unverständnis

Zusammenspiel von
Mitarbeitenden und der IT

KI



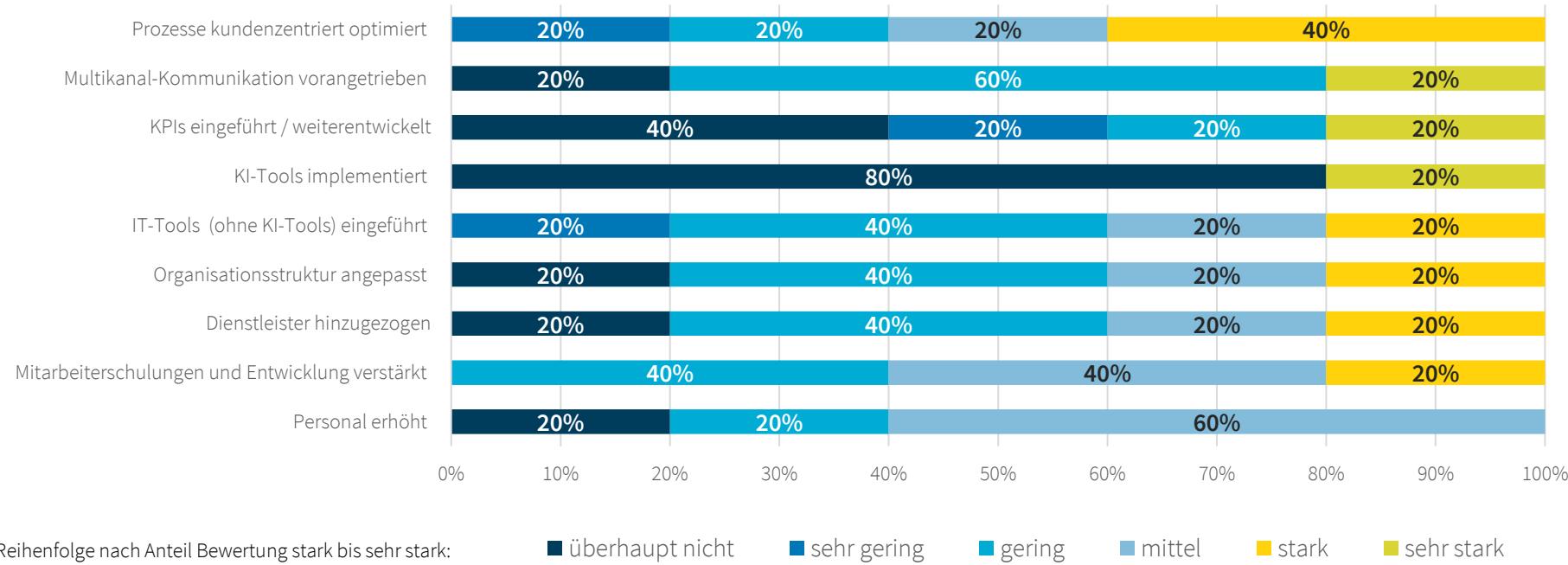
In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?



In den vergangenen zwei Jahren wurde sich vor allem mit den Themen **Organisationsstruktur** und **Mitarbeiterentwicklung** (jeweils 36%) **stark bis sehr stark auseinandergesetzt**, um den Kundenservice zu verbessern. Gerade bei der **Organisationsstruktur** zeigt sich, dass sich **gleichzeitig rund 45%** der VNB **gering bis überhaupt nicht** damit beschäftigt haben. Die Themen, die in unterschiedlicher Ausprägung aber von der **breitesten Masse** angegangen wurden, waren u.a. die **Bereiche IT-Tools, kundenzentrierte Prozesse** und die **Erhöhung des Personals**.



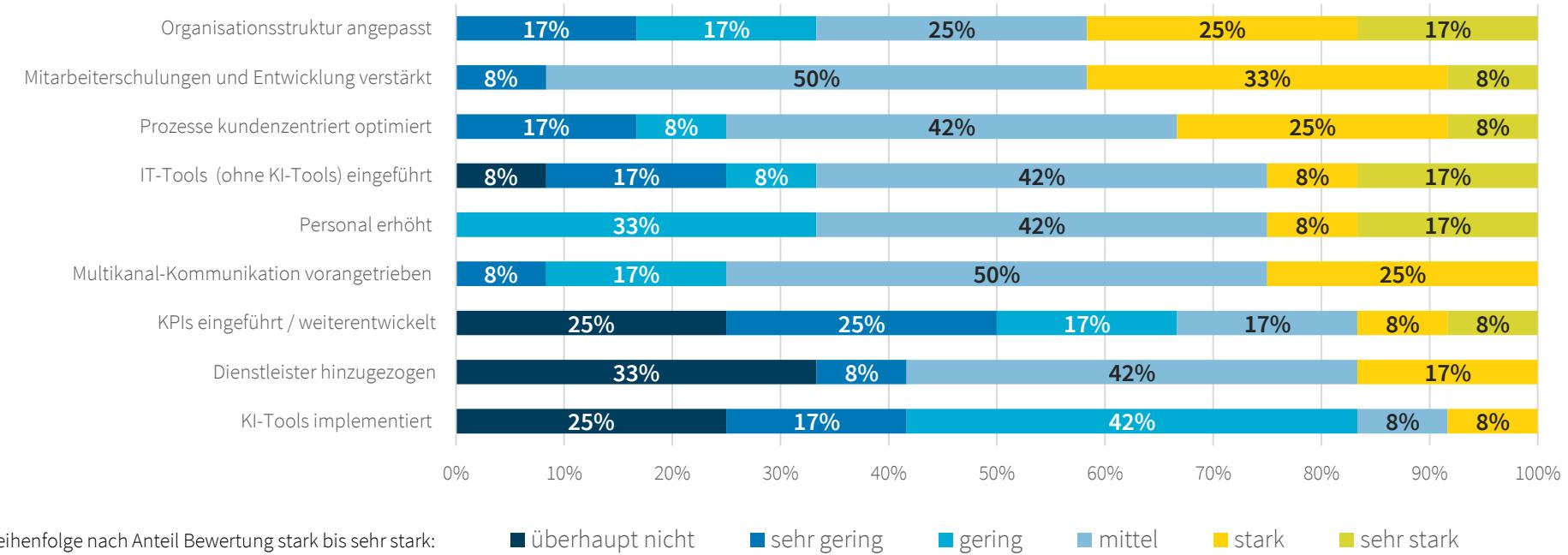
In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?



Alle kleinen VNB haben bereits Maßnahmen in den Bereichen **Kundenorientierte Prozesse, IT-Tools** und **Mitarbeiterentwicklung** ergriffen. Auffällig ist die Verteilung beim Einsatz von **KI-Tools**: Ein Großteil der kleinen Netzbetreiber (**80%**) hat diese **noch nicht implementiert**, während **20%** bereits **intensiv damit arbeitet**.



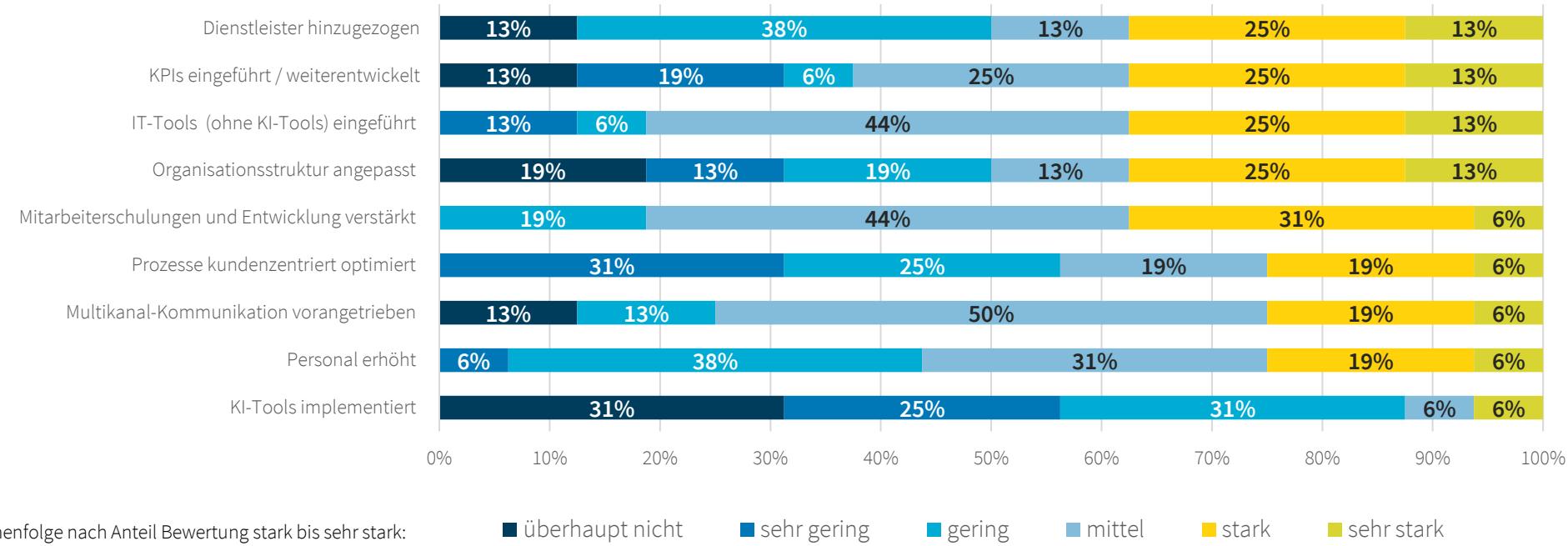
In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?



Die **meisten Anstrengungen** haben die mittleren VNB in den vergangenen zwei Jahren in die **Anpassung der Organisationsstruktur**, der **Mitarbeitendenentwicklung** und der **kundenzentrierten Prozessoptimierung** gesteckt. Die **größte Spreizung** zwischen „verfolgen wir intensiv“ auf der einen Seite und „machen wir überhaupt nicht/nur sehr gering“ tritt in den Bereichen **KPIs** und **hinzuziehen von Dienstleistern** auf.



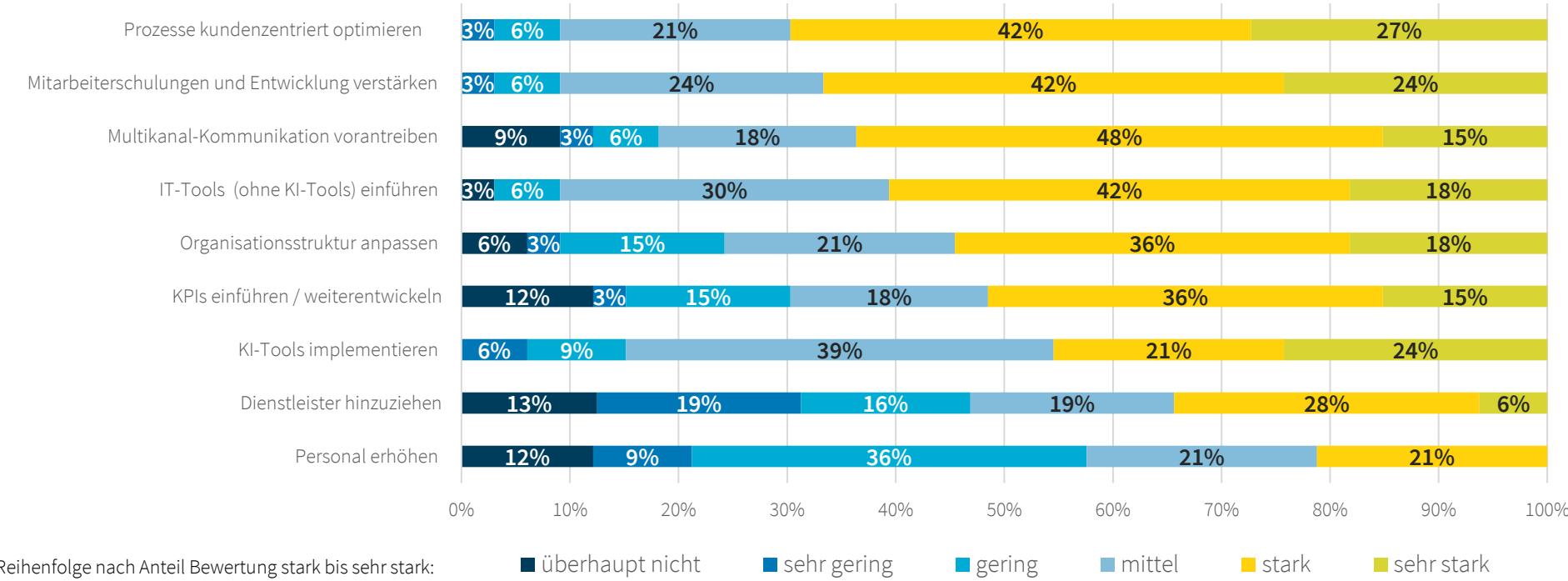
In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?



Betrachtet man bei den großen VNB nur den **Bereich stark bis sehr stark** liegen die **Top 5 Themen** der vergangenen zwei Jahre **gleichauf (Dienstleister, KPIs, IT-Tools, Organisationsstruktur und Mitarbeitendenentwicklung)**. Das Thema **KI-Tools** war bisher **nur** beim **geringsten Teil** der Befragten großen Netzbetreiber **mit mindestens stark** auf der Agenda. Im **Vergleich zu Gesamtheit** wurde die **kundenzentrierte Prozessoptimierung signifikant weniger vorangetrieben**.



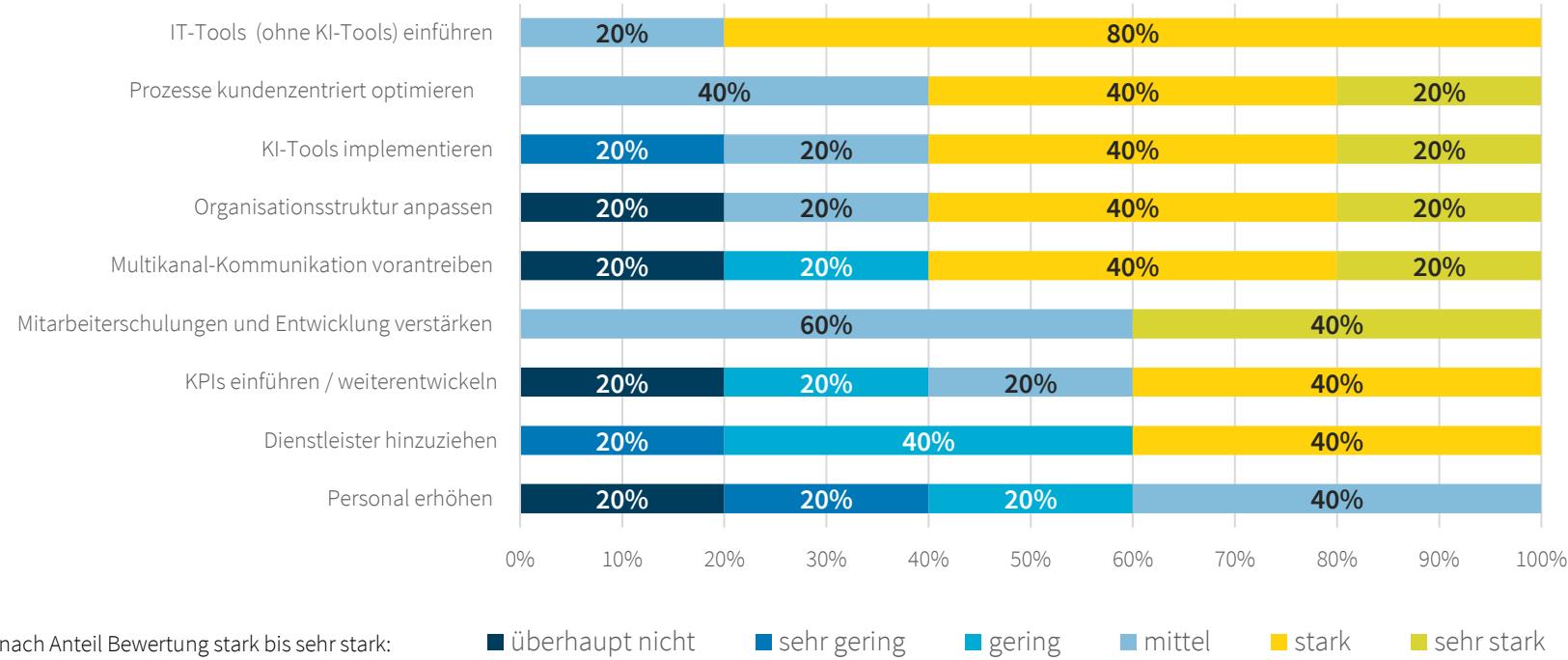
In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?



Im **Vergleich** zum **Rückblick** auf die vergangenen zwei Jahre befinden sich die **Werte** der vorgegebenen Maßnahmen **deutlich verstärkt** in den Bereichen **stark bis sehr stark**. Die befragten Netzbetreiber wollen zukünftig **vor allem** die Themen **Prozesse kundenzentriert optimieren, Mitarbeiter Schulungen/-entwicklung verstärken** und die **Multikanal-Kommunikation vorantreiben**. **Personalerhöhungen** sind bei den meisten VNB maximal in **geringem Maße angedacht**.



In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?

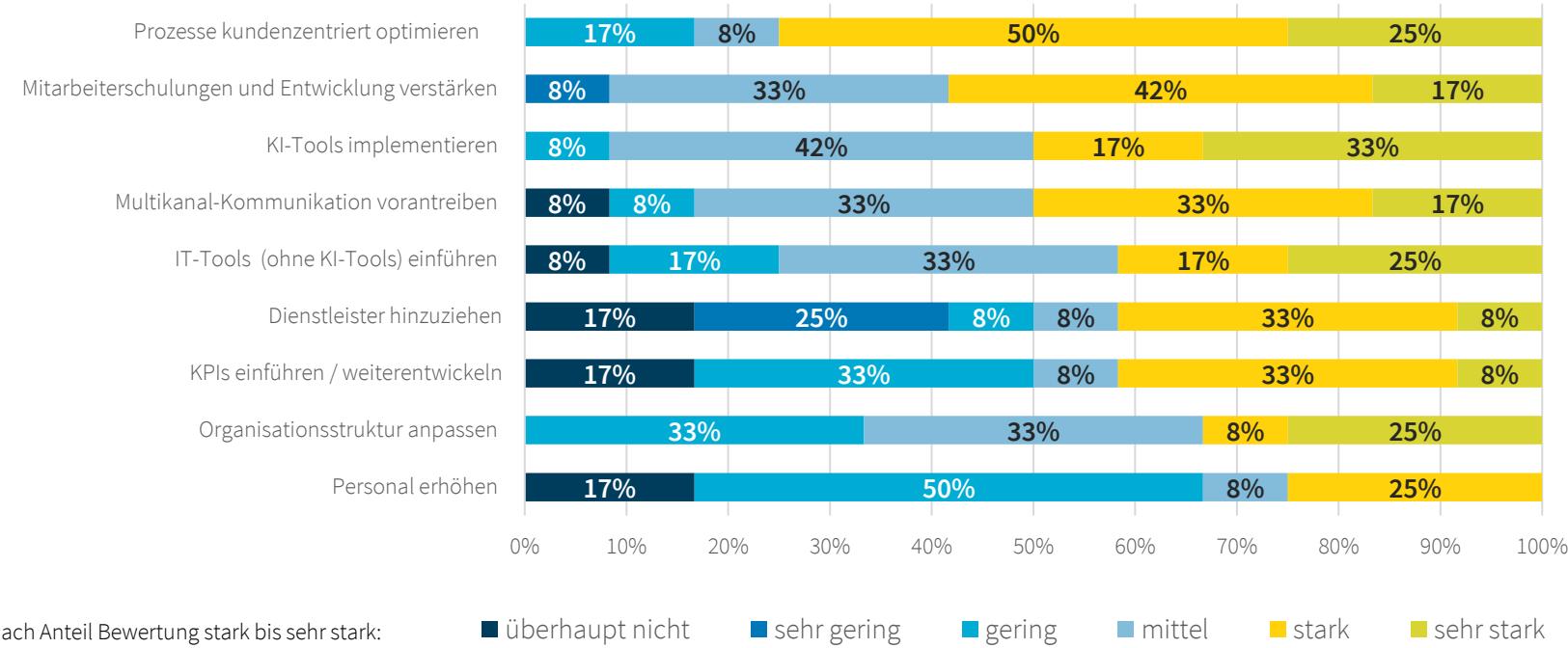


Die **Einführung von IT-Tools** wird mit der **höchsten Intensität** von den meisten kleinen VNB in den **kommen den zwei Jahren** als **Maßnahmen zur Verbesserung des Kundenservice** aufgenommen. Dahinter folgen mit **jeweils 60%** in den Kategorien **stark bis sehr stark** die vier Themen **kundenzentrierte Prozessoptimierung, KI-Tools, Organisationsstruktur und Multikanal-Kommunikation**.

In **Relation** zu allen befragten Netzbetreibern wollen **mehr kleine VNB** sich der **Implementierung** von **KI-Tools** widmen. Das Thema **Personalerhöhung** wird hingegen noch **weniger als Option gesehen**.



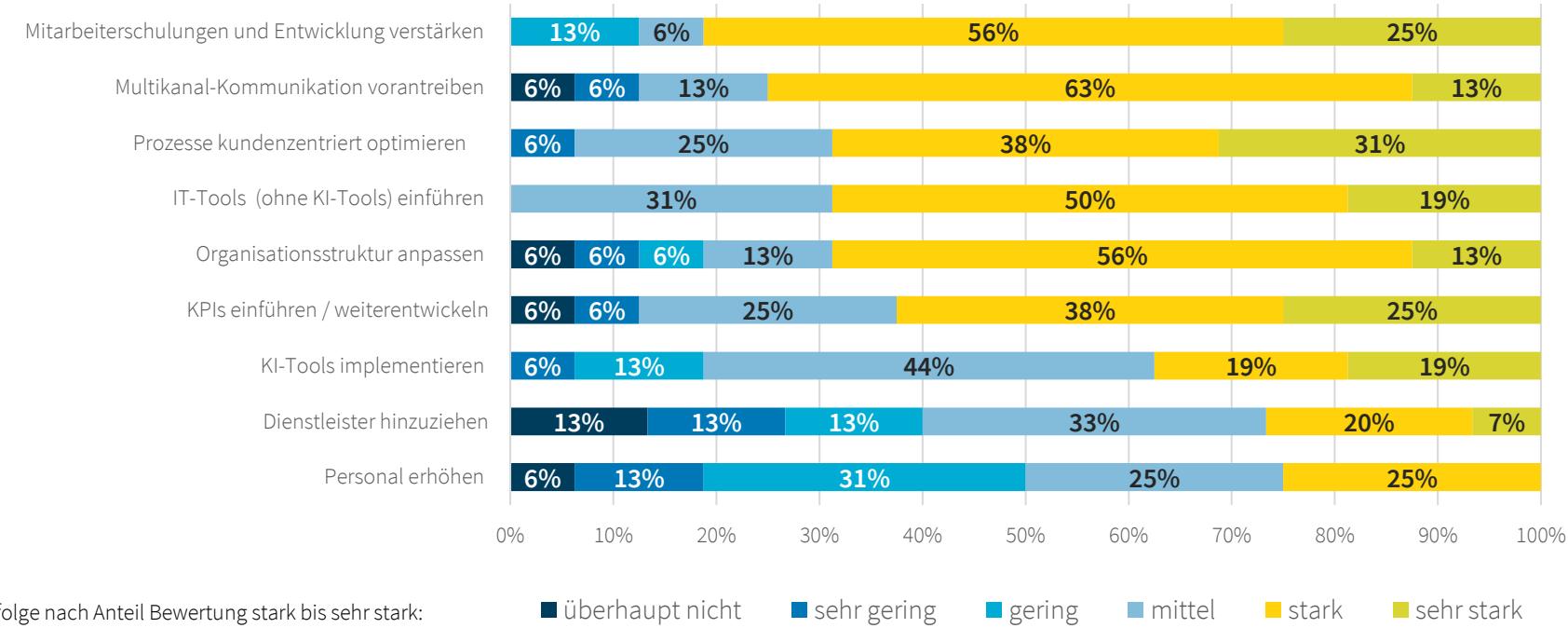
In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?



Die **größte Zustimmung** bei der Wahl der Maßnahmen zur Verbesserung des Kundenservice findet sich bei den mittelgroßen Netzbetreibern bei der **kundenzentrierten Prozessoptimierung**. Das **Hinzuziehen von Dienstleistern** wird bei dieser Zielgruppe mit der **größten Anzahl** an VNB mit der **Wertung im Bereich sehr gering bis überhaupt nicht** (42%) als **ehrer irrelevant** bezeichnet. **KI-Tools** springen im Vergleich zum Rückblick vom letzten auf den vierten Platz, wenn man die **Wertungen stark bis sehr stark** in Betracht zieht – **Sprung von 8% auf 50%** der Befragten.



In welcher Intensität haben Sie in den letzten 2 Jahren die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Kundenservice zu verbessern?



Die großen Netzbetreiber befinden sich **im Vergleich** zur Gesamtheit **nahezu** bei **allen** angegebenen **Maßnahmen signifikant mehr** im Wertungsbereich **stark bis sehr stark**. **Ausnahmen** bilden lediglich die Themenbereiche **Implementierung von KI-Tools** und das **Hinzuziehen von Dienstleistern**. **Kundenzentrierte Prozessoptimierung** fällt im Gesamtvergleich auf den **dritten Rang** während die **Mitarbeitendenentwicklung** und das **Vorantreiben der Multikanal-Kommunikation** die **ersten beiden Plätze** einnehmen.

Zusammenfassung: Aktuelle und zukünftige Maßnahmen zur Optimierung des Kundenservice



Als zentrale Faktoren für Kundenzufriedenheit werden zuvorderst kompetente und freundliche Mitarbeitende, kurze Wartezeiten und eine passende Organisationsstruktur genannt. Besonders die Kundenorientierung wird als entscheidend eingeschätzt. Gleichzeitig zeigt sich jedoch, dass viele Unternehmen ihre eigene Kundenfokussierung derzeit nur als mäßig ausgeprägt bewerten.

Rückblickend wurden Maßnahmen zur Verbesserung des Kundenservices eher verhalten umgesetzt, häufig nur mit geringer bis mittlerer Intensität. Der Blick in die Zukunft zeichnet jedoch ein anderes Bild: Für die kommenden zwei Jahre planen viele Unternehmen eine deutlich stärkere Umsetzung zentraler Maßnahmen – insbesondere bei der Optimierung kundenorientierter Prozesse, der Mitarbeitenden-Entwicklung sowie im Bereich Mehrkanalkommunikation.

Implikation: Diese Entwicklung lässt im Hinblick auf die Bewältigung der stetig steigenden Anfrageflut auf ein wachsendes Problembeusstsein schließen. Die Netzbetreiber stehen vor der Herausforderung, den steigenden Servicebedarf im Zuge der Energiewende effizient zu managen. Eine leistungsfähige Serviceorganisation wird damit zum Enabler der Transformation – zur Sicherstellung von Handlungsfähigkeit und Akzeptanz im Wandel.

3

Fazit und Ausblick

Management Summary

Die Umfrage unter 33 Strom- und Gasnetzbetreibern zeigt deutlich: Der Kundenservice steht zunehmend unter Druck. Die steigende Zahl und Komplexität von Kundenanfragen, begrenzte Personalressourcen sowie organisatorische Schwächen stellen zentrale Herausforderungen dar. Viele Netzbetreiber setzen auf interne Serviceeinheiten mit begrenztem Personal. Besonders wichtig werden dadurch klar definierte Prozesse im Kundenservice. Auch das Zurückgreifen auf externe Unterstützung kann angesichts wachsender Anforderungen künftig notwendig werden.

Besonders kritisch wird die Organisation des Arbeitsalltags bewertet. Hohe psychische Belastung entsteht u. a. durch häufige Wechsel zwischen Kommunikationskanälen wie Telefonie und Schriftverkehr. Nur wenige Vertreter der Unternehmen empfinden ihre Abläufe als klar strukturiert und planbar. Dies deutet auf strukturelle Defizite hin, die sich negativ auf die Arbeitsqualität und -zufriedenheit auswirken. Es besteht Handlungsbedarf in der Prozessoptimierung, Rollenverteilung und bei der Gestaltung effizienter Schicht- und Aufgabenmodelle.

Auch die Bearbeitung von Anfragen über verschiedene Kanäle verläuft nicht bei allen Netzbetreibern reibungslos. Besonders bei den großen VNB gab es in nahezu allen Antwortkategorien hinweg einen größeren Anteil, die über Probleme bei der Bearbeitung klagten. Ebenso zeigt sich beim Thema persönlichem Kundenkontakt ein deutlicher Nachholbedarf, da dieser teilweise gar nicht als Kontaktoption zur Verfügung steht. Hier stoßen sie vermehrt an Grenzen – sei es aus Ressourcengründen oder aufgrund unzureichender Prozesse. Die Folge: ungenutzte Potenziale und möglicher Frustration auf Kundenseite.

Die Relevanz kundenorientierter Prozesse und einer leistungsfähigen Organisation ist den Netzbetreibern durchaus bewusst. Kompetente und freundliche Mitarbeitende, kurze Wartezeiten und passgenaue Strukturen gelten als Schlüsselfaktoren für Kundenzufriedenheit. Dennoch wurden in der Vergangenheit zentrale Maßnahmen wie Digitalisierung, Schulung oder Organisationsanpassung oft nur zögerlich angegangen.

Management Summary

Der Blick in die Zukunft zeigt jedoch einen deutlichen Wandel: Viele Netzbetreiber planen, ihre Anstrengungen in den kommenden zwei Jahren deutlich zu intensivieren – besonders im Hinblick auf Prozessoptimierung, Mitarbeitenden-Entwicklung sowie im Bereich Mehrkanal-kommunikation. Diese geplanten Investitionen deuten auf ein wachsendes Problembewusstsein hin.

Die notwendige stärkere Kundenzentrierung wird bei Netzbetreibern nicht für die klassischen Kundenbindung genutzt, sondern um den steigenden Servicebedarf im Zuge der Energiewende effizient zu bewältigen. Es geht dabei vor allem darum, seine Prozesse auf Kunden-, Mitarbeitenden- und System-Ebene zu überprüfen und zu optimieren sowie die Organisation auf die neuen Bedürfnisse und Gegebenheiten anzupassen. Eine sich daraus entstehende leistungsfähige Serviceorganisation wird so zum entscheidenden Faktor für Handlungsfähigkeit, Akzeptanz und Fortschritt.

Schlüsselergebnisse – Teil 1

1. Herausforderung

- Umfrage unter 33 Strom- und Gasnetzbetreibern zeigt dringenden Handlungsbedarf im Kundenservice.
- Steigende Anforderungen im Zuge der Energiewende setzen Netzbetreiber unter Druck.

2. Hauptprobleme

i. Komplexität und Volumen:

Steigende Komplexität der Anfragen (80% der großen VNB) und hohes Anfrageaufkommen

ii. Ressourcen:

Personalengpässe, niedriges Know-how bei Mitarbeitenden (insb. bei mittleren und kleinen VNB)

iii. Organisation:

Dysfunktionale Organisationsstruktur (insb. bei großen VNB)

hohe Belastung durch Aufgabenwechsel

hohes Beschwerdeaufkommen (insb. bei großen VNB)

Schlüsselergebnisse – Teil 2

3. Zukunftsperspektiven:

- i. Deutliche erhöhte Investitionsbereitschaft der Netzbetreiber in Kundenservice-Entwicklung in den nächsten 2 Jahren
- ii. Fokus auf Digitalisierung, Prozessoptimierung und Personalentwicklung

4. Schlussfolgerung:

- i. Kundenzentrierung als notwendige Maßnahme, um steigenden Servicebedarf effizient zu bewältigen.
- ii. Leistungsfähige Serviceorganisation wird zum entscheidenden Faktor für Handlungsfähigkeit, Akzeptanz und Fortschritt.
- iii. Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeitenden als elementarer Erfolgsfaktor

Lösungsansätze – Chancen für Netzbetreiber

1. Prozessoptimierung & Standardisierung:

- i. Klare Prozesse definieren und implementieren.
- ii. Fokus auf Effizienzsteigerung durch Standardisierung von Abläufen.
- iii. Ziel: Entlastung der Mitarbeitenden durch Reduzierung manueller Tätigkeiten.

2. Digitalisierung & Technologische Kompetenz:

- i. Ausbau der Mehrkanal-Kommunikation (z.B. Chatbots, Self-Service-Portale).
- ii. Einführung digitaler Lösungen für Standardanfragen (z.B. automatisierte Antwortsysteme).
- iii. Weiterentwicklung der technologischen Kompetenz der Mitarbeitenden im Umgang mit neuen Systemen und KI-basierten Tools.

3. Personalentwicklung & Kompetenzaufbau:

- i. Förderung kompetenter Mitarbeitender durch gezielte Schulungen und Weiterbildungen.
- ii. Aufbau von nötigem Know-how im Kundenservice.

4. Flexible Serviceorganisation & Externe Unterstützung:

- i. Überprüfung der Aufgabenmodelle und Rollenverteilungen.
- ii. Etablierung eines modularen Service-Ansatzes (1st-, 2nd-, 3rd-Level-Support).
- iii. Einbindung externer Dienstleister (BPO) für skalierbare Teams und flexible Reaktion auf Bedarfsspitzen.

Ergebnisse der Kurzbefragung zur Nutzung von Kundenportalen bei Netzbetreibern

AGENDA

- 1 **Stichprobenzusammensetzung**
- 2 **Anwendung und Funktionsumfang von Portallösungen**
- 3 **Funktionsumfang Netzanschlussportal**
- 4 **Datenabgleich mit Marktstammdatenregister**

1

Stichprobenzusammensetzung

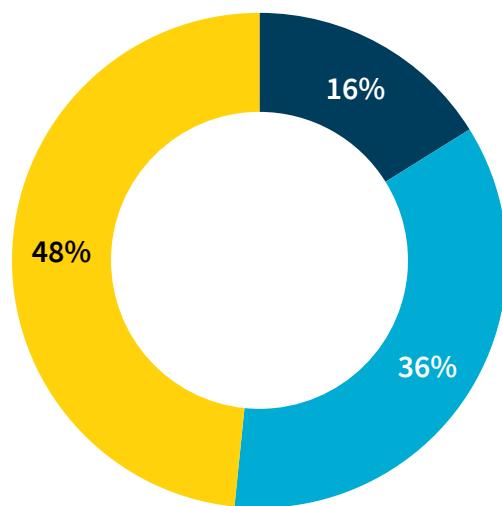


Befragungszeitraum: 15. September – 30. Oktober 2023



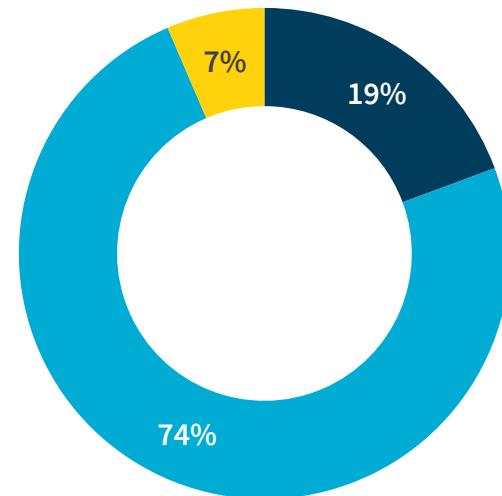
31 Teilnehmende

Prägung des Stromnetzes



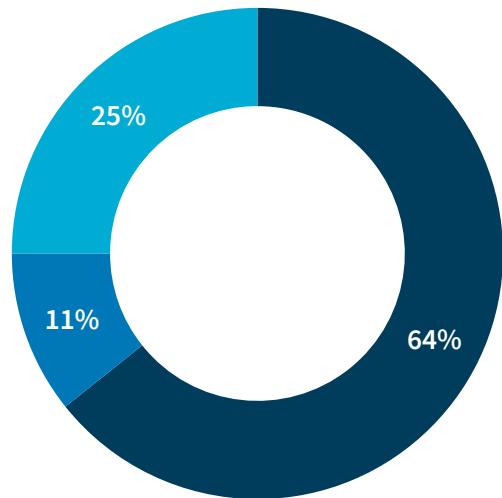
■ ländlich ■ städtisch ■ gemischt

Struktur der Teilnehmenden



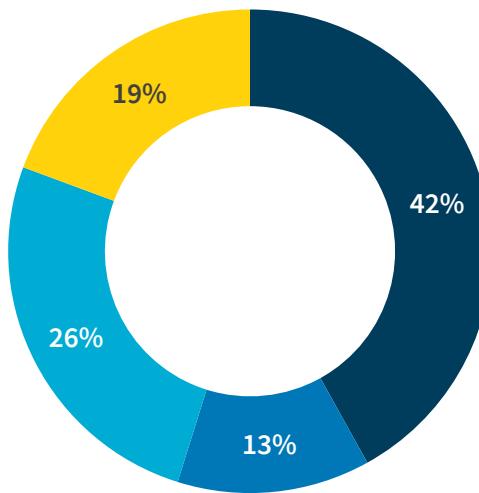
■ Mitarbeitende ■ mittlere Führungsebene ■ Leitungsfunktion

neue Hausanschlüsse Strom in 2022



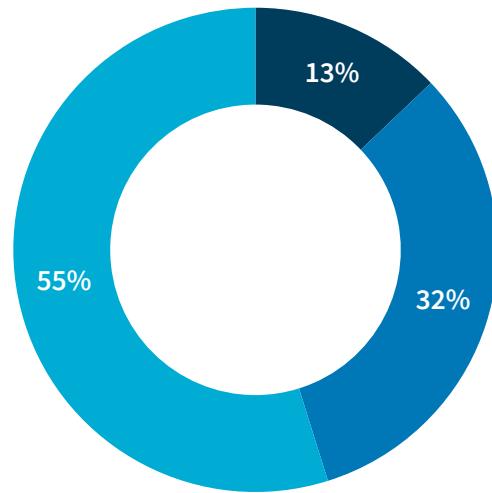
- bis 500
- zw. 500 und 1000
- mehr als 1000

Neuanmeldungen dezentrale Erzeugungsanlagen in 2022



- bis 500
- zw. 500 und 1000
- zw. 1000 und 5000
- mehr als 5000

Zählpunkte im Bereich Strom

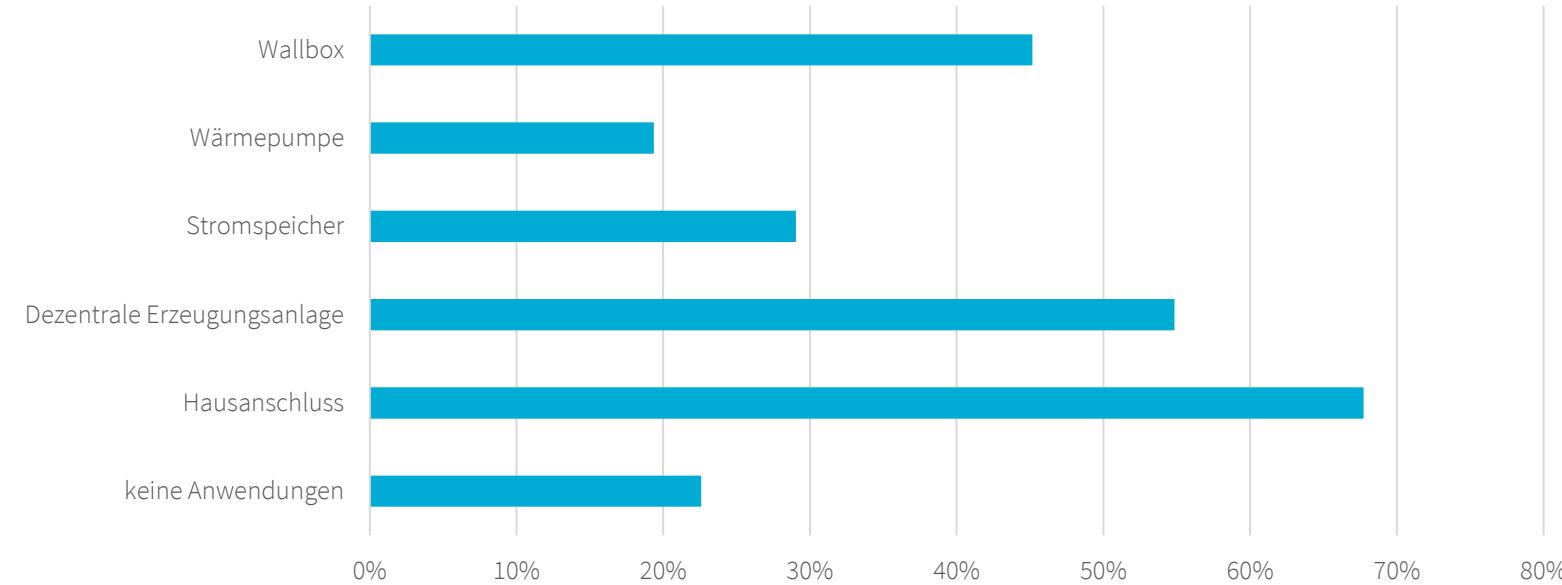


- weniger als 30.000 Zählpunkte
- zwischen 30.000 und 100.000 Zählpunkte
- über 100.000 Zählpunkte

2

Anwendung und Funktionsumfang von Portallösungen

Welche Anmeldeprozesse wurden bereits in einer Portallösung realisiert?



7 der befragten NB haben noch **keine Anmeldeprozesse** in einer Portallösung umgesetzt, 6 davon stehen schon in **Kontakt mit Anbietern**. Am **häufigsten** wurden Anmelde-prozesse von **1. Hausanschlüssen, 2. dezentrale Erzeugungsanlagen und 3. Wallboxen** in Portallösungen umgesetzt.

Zu welchen weiteren Anwendungen könnten Prozesse in einer Portallösung realisiert werden?



genehmigungs-
pflichtige Geräte
>12kW

Balkonkraft-
werke

Leistungs-
erhöhung

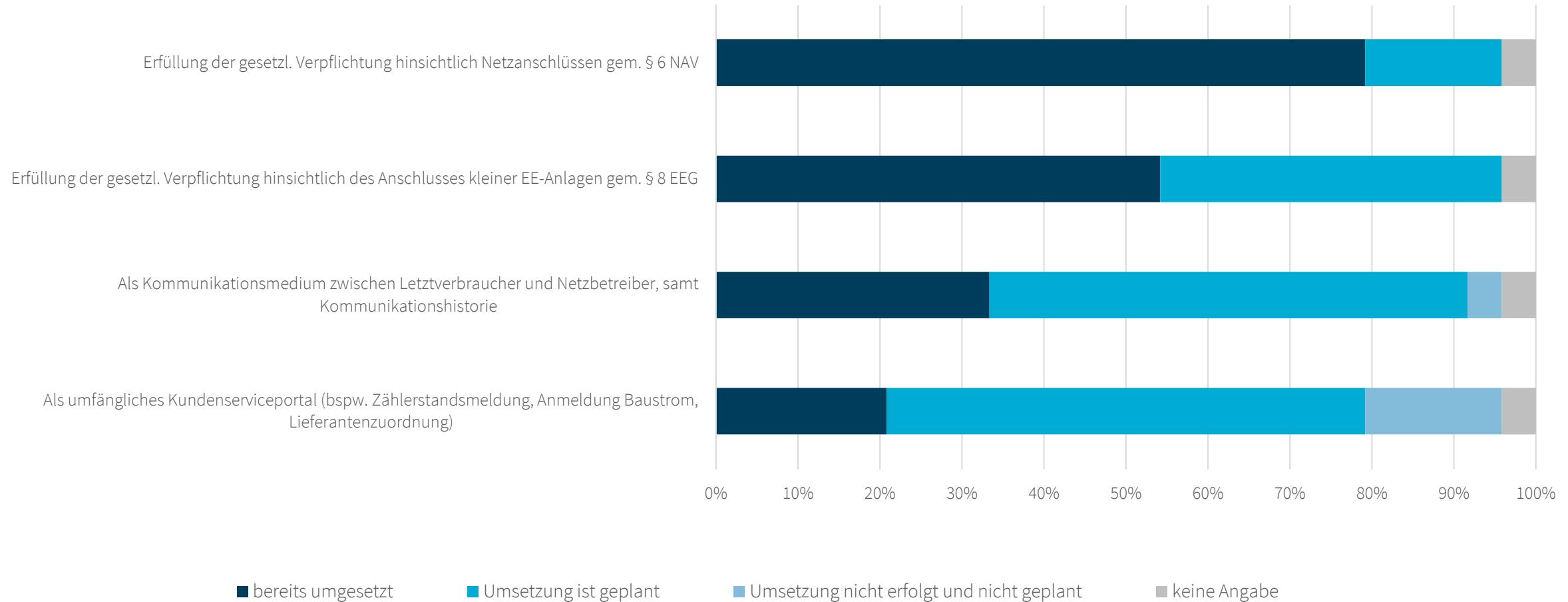
Inbetriebsetzung
(Zählerauftrag)

Bauanschlüsse

Fernwirkanlagen



Die Erfüllung welcher Ziele wird durch eine Portallösung geplant bzw. bereits umgesetzt?



Welche weiteren Ziele verfolgt der Netzbetreiber mit einer Portallösung?

**Vermeidung
von manuellen
Tätigkeiten –
Prozesse
digitalisieren**

**Markt-
kommunikation**

**One Face to
Customer**

**elektronische
Planauskunft**

**hoher
Automatisier-
ungsgrad**

**Umsetzung
eines
Installateur-
portals**

**Beantwortung
von Anfragen
zur Leitungs-
auskunft**

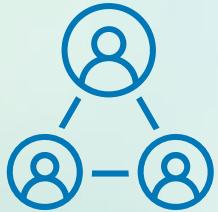
**Anbieten von
Dienstleistungen**

**EEG-
Zertifizie-
rung**

**Effizienzen
heben**



Zusammenfassung: Anwendung und Funktionsumfang von Portallösungen



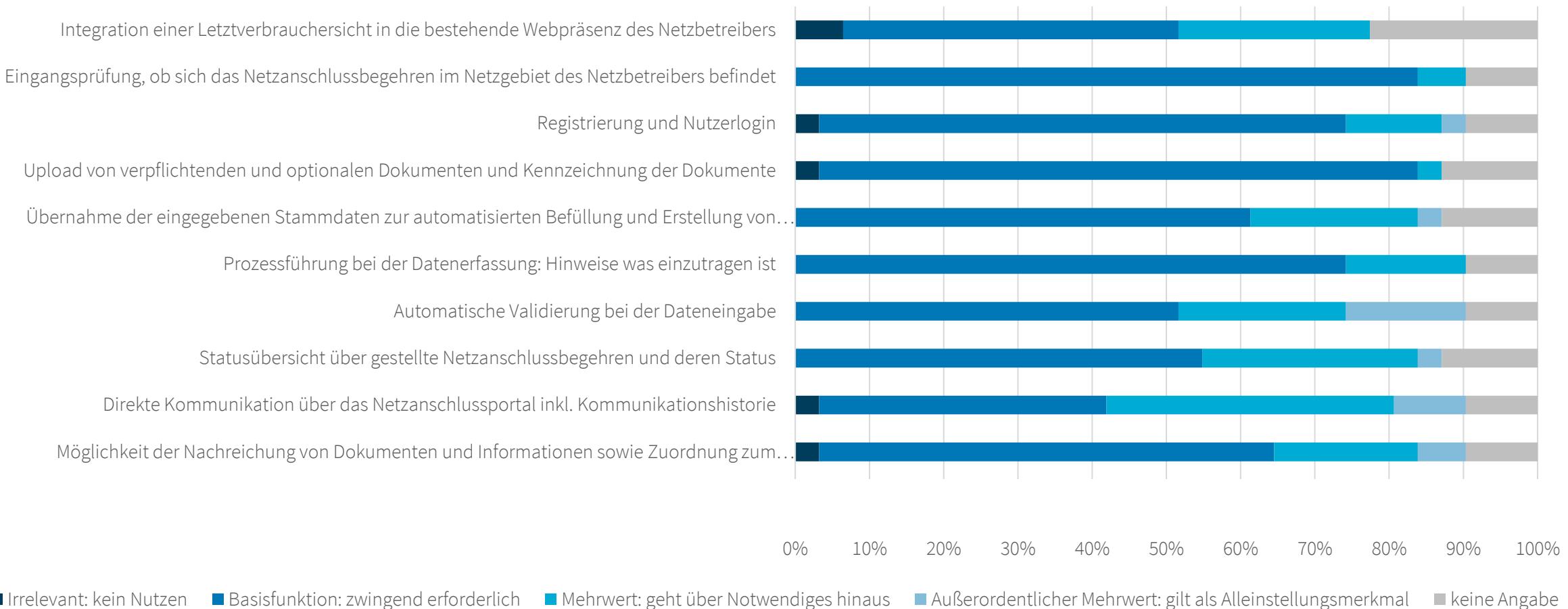
Die Umfrage zeigt, dass die überwiegende Mehrheit der Netzbetreiber Anmeldeprozesse nach den gesetzlichen Anforderungen für Hausanschlüsse sowie dezentrale Erzeugungsanlagen in einer Portallösung realisiert haben. Darauf aufbauend sehen die Netzbetreiber weitere potenzielle use cases für Prozesse über das Kundenportal, z.B. für Leistungserhöhungen, die Anmeldung von Balkonkraftwerken oder die Anmeldung genehmigungspflichtiger Geräte mit einer Leistung über 12 kVA.

Schließlich planen die meisten Befragten die Entwicklung der Kundenportale hin zu einem umfassenden Servicetool und Kommunikationsmedium zwischen den Netzbetreibern und Kunden. Die Reihe von Einzelfunktionalitäten sollen schlussendlich zu Portallösungen führen, die Arbeitseffizienzen auf Mitarbeiterseite durch einen hohen Automatisierungsgrad heben, den Kundenkontakt vereinfachen und optimieren.

3

Funktionsumfang Netzanschlussportal

Sicht Letztverbraucher mit dezentraler Erzeugungsanlage: Wichtigkeit einzelner Funktionen eines Netzanschlussportals



Welche weiteren Funktionen einer Portallösung sind nützlich für Letztverbraucher und Netzbetreiber?



Vermeidung von Dokumenten-Upload, stattdessen direkte digitale Eingabe im Portal

Vermeidung von Doppel eingaben durch Zusammenfassung von Formularen

Weiterverarbeitung der Daten für Netzprüfungen und Angebots- bzw. Rechnungsstellung

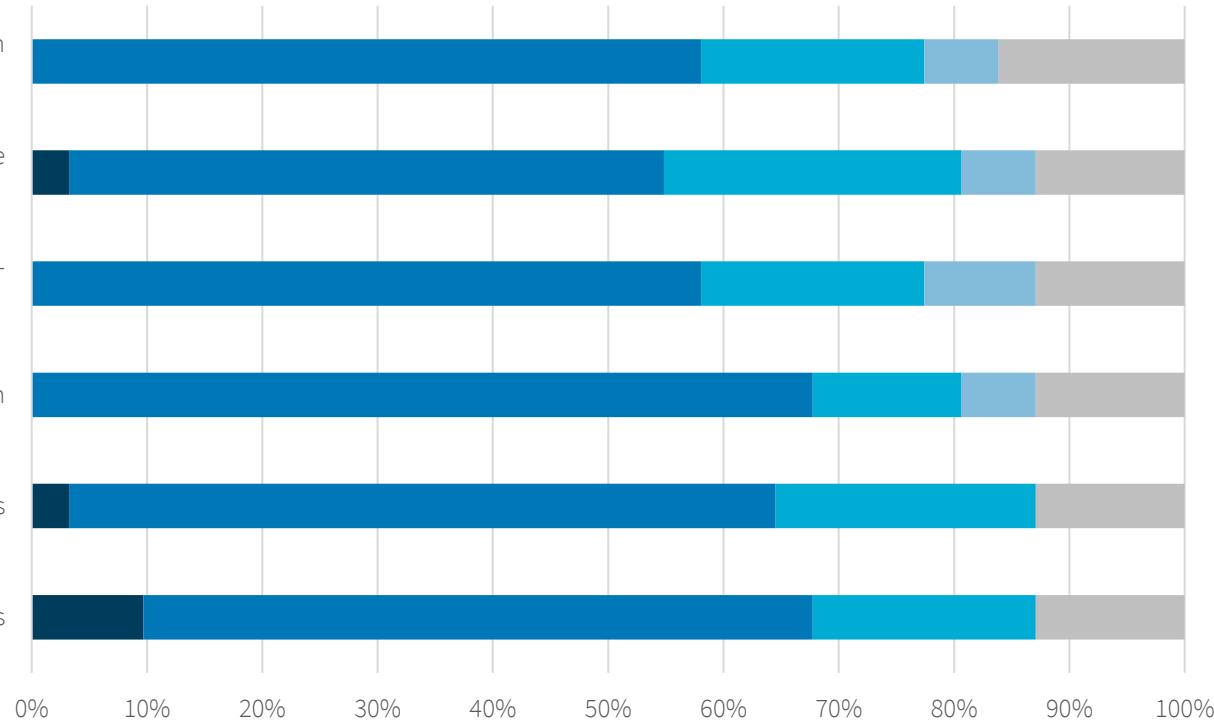
PIN-Abfrage für moderne Messeinrichtungen (mME)

Plausibilitätsprüfungen hinsichtlich der getätigten Angaben, z.B. Gibt es den Standort tatsächlich?



Sicht Netzbetreiber: Wichtigkeit einzelner Funktionen eines Netzanschlussportals

Nach Abschluss des Anmeldungsprozesses stehen die Daten für Folgeprozesse direkt in digitalisierter Form zur Verfügung



■ Irrelevant: kein Nutzen

■ Basisfunktion: zwingend erforderlich

■ Mehrwert: geht über Notwendiges hinaus

■ Außerordentlicher Mehrwert: gilt als Alleinstellungsmerkmal

■ keine Angabe

Weitere nützliche Datenformen



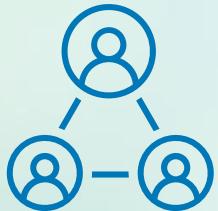
Ziel: Durchgängige digitale Bearbeitung bis zur abschließenden Dokumentation

Prozessgestaltung: Verknüpfung zwischen Netzanschlussanfrage und Betriebsmitteln (Netzknoten)

Schnittstellen zum ERP-System, zur Netzberechnung und zum Betriebsmittelsystem



Zusammenfassung: Funktionsumfang Netzanschlussportal – Bedarfe Letztverbraucher



Die Umfrage zeigt, dass -aus Sicht der Netzbetreiber- Letztverbraucher mit dezentralen Erzeugungsanlagen starke Mehrwerte bei der Anmeldung von Anlagen sehen. Hier sind 75% - 85% der befragten Netzbetreiber der Meinung, dass diese Funktionen zwingend notwendig sind für die Letztverbraucher. Dazu zählt die Eingangsprüfung von Netzanschlussbegehren, ob der Anschluss im Netzgebiet des korrekten Netzbetreibers liegt. Der Upload von Dokumenten samt Kennzeichnungsmöglichkeit wird als weiterer Punkt favorisiert. Weiterhin sollte eine engmaschige Prozessführung bei der Datenerfassung im Kundenportal samt unterstützenden Hinweisen den Letztverbrauchern helfen.

Die größte Herausforderung für die Letztverbraucher scheint, in verschiedenen Anwendungsfällen, die korrekte Datenübermittlung an ihren Netzbetreiber zu sein. Daher sehen die befragten Netzbetreiber Mehrwerte z.B. in Plausibilitätsprüfungen der eingegebenen Daten, in der Vermeidung von Doppeleingaben durch die Zusammenfassung von Formularen.

Zusammenfassung: Funktionsumfang Netzanschlussportal – Bedarfe Netzbetreiber



Die Umfrage zeigt außerdem, dass die Netzbetreiber in der Mehrheit Portallösungen als umfassendes Tool für Datenextraktion und -weiterverarbeitung nutzen möchten. Dazu zählen etwa Daten aus Anmeldeprozessen, Informationen aus eingereichten Pflichtdokumenten. Anhand dieser Daten können Auswertungen erstellt und Anschlussprozesse gestartet werden. Insgesamt können sich die Netzbetreiber dadurch ein genaueres Bild von Anschlussbegehren in ihrem Netzgebiet sowie deren Bearbeitungsstatus machen. Verringerte Aufwände bei der Prüfung der eingegebenen Letztverbraucherdaten stellt den größten Mehrwert aus Sicht der Netzbetreiber dar.

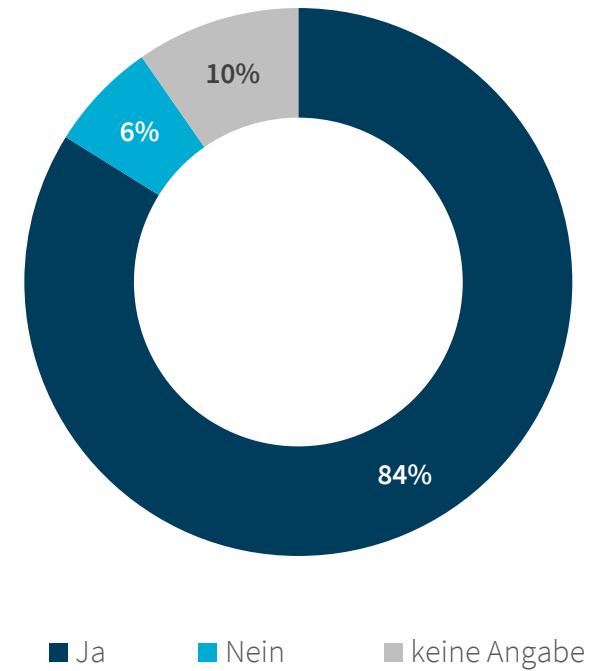
Es ist abzusehen, dass Portallösungen vielfältige Interaktionen zwischen Netzbetreiber und Letztverbraucher für beide Seiten vereinfachen und unterstützen können. Dafür ist die bedarfsgerechte und stetige Weiterentwicklung der eingeführten Portallösungen notwendig. Damit lassen sich Potenziale in effizienteren und schnelleren Arbeitsabläufen heben, womit die Kundenzufriedenheit langfristig gesichert werden kann.

4

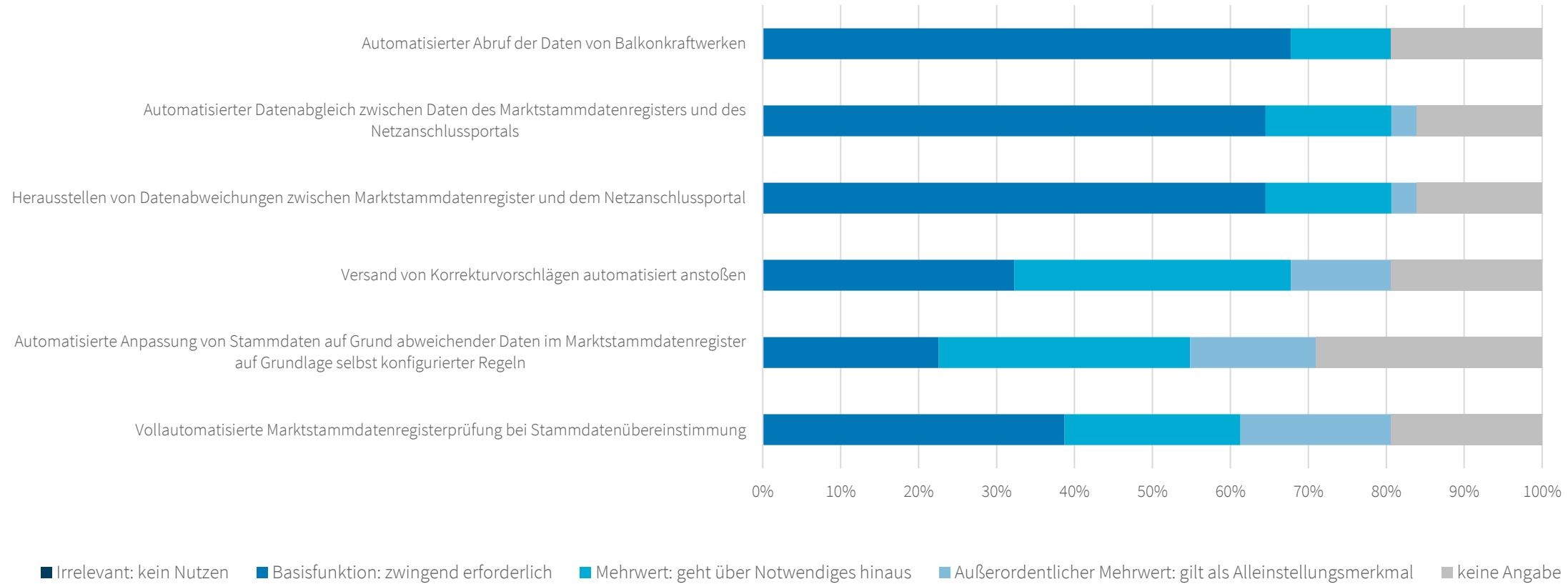
Datenabgleich mit Marktstammdatenregister

Stimmen Sie der folgenden Aussage zu?

„Eine Portallösung kann durch eine digitale Anbindung an das Marktstammdatenregister zum automatischen Datenabgleich sinnvoll erweitert bzw. ergänzt werden.“



Bitte bewerten Sie den Funktionsumfang eines automatisierten Datenabgleichs mit dem Marktstammdatenregister hinsichtlich der Wichtigkeit einzelner Funktionen



5

Fazit, Ausblick und Leistungen

Management Summary

Einführung und Nutzung von Kundenportalen

Rückblickend hat der überwiegende Anteil der Befragten bereits Portallösungen eingeführt. Neben der Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen sehen die Verteilnetzbetreiber vor allem Potenziale in der **Prozessautomatisierung und -vereinfachung** sowie in der **Datenplausibilisierung** für alle Anwender.

Erkenntnisse zur Anwendung von Portallösungen:

77 % der Befragten setzen damit bereits Anmeldeprozesse um

54 % erfüllen darüber bereits den § 8 EEG

33 % nutzen Portale als Kommunikationsmedium, weitere **58 %** planen es

21 % haben sich ein umfangreiches Kundenserviceportal aufgebaut, **59 %** planen dies zu tun

Von den befragten Verteilnetzbetreibern würden **84 %** zudem **klare Mehrwerte** in dem automatisierten Datenabgleich zwischen Portallösungen und dem Marktstammdatenregister sehen.

Der **Fokus** liegt hierbei auf dem **automatisierten Abruf** von Daten für Balkonkraftwerke. Zudem wird der **automatisierte Datenabgleich**, verbunden mit der Heraushebung von Datenabweichungen, zwischen Marktstammdatenregister und Netzanschlussportal als besonders mehrwertig gesehen.

Unterstützungsleistungen

Unterstützung bei der Optimierung des Kundenservice bei Netzbetreibern

Kundenzentrierte Prozessoptimierung

Anschlusswesen und andere Kundenservice-Prozesse

Workshop:

Aufnahme der Customer Journey entlang von Kundentypen für Anschlussprozess, inkl. interne Prozesse als Grundlage zur Optimierung und Digitalisierung.

Austausch schaffen

User Group Kundenmanagement für Netzbetreiber

Seit 2024:

Wir haben im Jahr 2024 die User Group Kundenmanagement für Netzbetreiber ins Leben gerufen. Nutzen sie das Netzwerk und tauschen sie sich aus.

[Weitere Informationen](#)

Unterstützung im Kundenservice

Beratung und Outsourcing

Direkte Unterstützung:

Mit unserer Tochtergesellschaft der Kultbude Energy GmbH unterstützen wir beratend sowie im Outsourcing mit hoher Experience und engagierten Teams als Partner.

Involvement & Veränderungsbegleitung



Kundenzentrierte Prozessoptimierung

Für Netzbetreiber ist es unumgänglich die Netzkundenprozesse effizienter zu gestalten. Dies liegt zum einen an den massiven Einflüssen von Außen, wie die Vorgaben der Bundesnetzagentur. Zum anderen findet in vielen Unternehmen ein demografischer Wandel statt, bei gleichzeitig stark ansteigenden Anmeldungen von Erzeugungsanlagen und/oder Hausanschlüssen. Eine weitere Herausforderung ist es, in den angestammten Prozessen eine Kundenzentrierung zu integrieren und so die Servicequalität gegenüber diesem wichtigen Stakeholder zu erhöhen. Um Prozesse zu digitalisieren und automatisieren, müssen alle betroffenen Ebenen (Kunde, Mitarbeitenden und System) beleuchtet und geeignete Handlungsfelder abgeleitet werden.

Sprechen Sie mich einfach an!



Jens Buchterkirchen

T +49 341 98988-525

E jens.buchterkirchen@energieforen.de

Unser Projektvorgehen:



Nutzen:

- Schärfung des Fokus im Unternehmen und deren Mitarbeitenden auf Automatisierung und Kundenorientierung innerhalb der Prozesse des Netzkundenmanagements, zur Erhöhung des Effizienzgrades
- Verknüpfung der Anforderungen der Mitarbeitenden und der Bedürfnisse der Kunden zu den Prozessen sowie anschließende Überführung auf die Systemwelt, End-to-End

Mehrwerte in der Zusammenarbeit mit den Energieforen Leipzig GmbH bei der Optimierung des Kundenservice bei Netzbetreibern



Langjährige Erfahrung in der Projektumsetzung und Energiewirtschaft

Durch unsere Projektmitarbeiter können wir ein hohes Maß an Expertise und Projekterfahrung im Bereich der Prozessoptimierung (in der Energiewirtschaft) vorweisen.



Lösungen nicht für, sondern mit den Kunden entwickeln

Gemeinsam mit unseren Auftraggebern arbeiten wir an passgenauen Lösungen. Sie müssen am Ende damit arbeiten. Interaktion ist daher für uns oberstes Gebot!



Schnell und lösungsorientiert

Nach dem Motto: „So viel wie nötig, so wenig wie möglich.“ bringen wir Projekte schnell und strukturiert voran und nehmen dabei alle beteiligten Stakeholder mit. Wir können dabei in allen relevanten Teilbereichen der Prozessoptimierung unterstützen.



Das EFL-Netzwerk

Unser umfangreiches Netzwerk aus Unternehmen der Energiewirtschaft ermöglicht es, das wir Best-Practice-Ansätze und Erfahrungen von Experten und Expertinnen vergleichbarer Versorger in das gemeinsame Projekt mit Ihnen einbinden.

Ihre
Ansprech-
partner

Lassen Sie uns jetzt Ihre Zukunft gestalten!



Jens Buchterkirchen
Leiter Beratungsfeld Kundenmanagement
+49 341 98 988-525
jens.buchterkirchen@energieforen.de



Philipp Weller
Manager
Kompetenzfeld Erzeugung, Infrastruktur & Smart City
+49 341 98988-535
philipp.weller@energieforen.de

Energieforen Leipzig GmbH – Ein Unternehmen der LF Gruppe
Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | www.energieforen.de