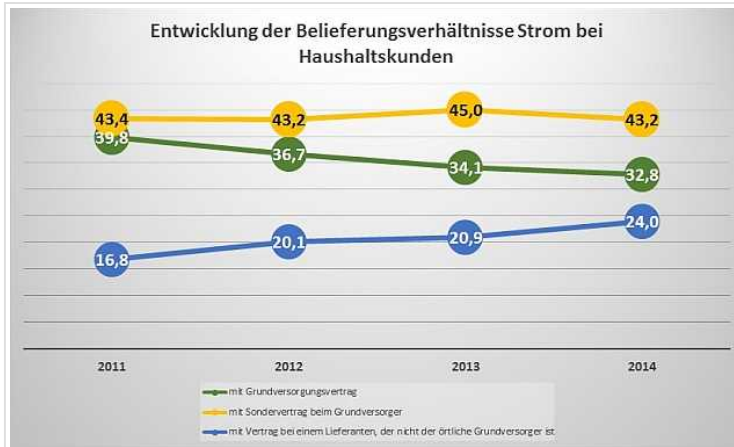


## Der Normkunden-Sondervertrag als DIE Lösung im Strom- und Erdgas-Wettbewerb?

Home (<http://www.wsmarketing.de>) / Energiewirtschaft (<http://www.wsmarketing.de/energiewirtschaft/>) / Der Normkunden-Sondervertrag als DIE Lösung im Strom- und Erdgas-Wettbewerb?



### Der Normkunden-Sondervertrag als DIE Lösung im Strom- und Erdgas-Wettbewerb?

Mit zunehmendem Wettbewerb hat die Zahl der Energieverbraucher in Normkunden-Sonderverträgen zugenommen. Laut Bundesnetzagentur wurden 2014 nur noch circa 33% der Strom- und 24% der Erdgashaushaltskunden mit Tarifen der Grundversorgung beliefert. Standardisierte Sondervertrags-Produkte haben vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten und bieten – nicht zuletzt – durch feste Vertragslaufzeiten einen begrenzten Schutz vor Kundenverlusten. Dabei finden sich Vertragskonstruktionen mit festen Laufzeiten von z.B. 12 oder 24 Monaten – meist kombiniert mit einer gleich langen Preisgarantie – aber auch sogenannte Evergreen- oder Treueverträge mit einer automatischen Verlängerung nach dem Ende der Mindestlaufzeit; oft um 12 Monate.



### Sind also laufzeitgebundene Sondervertrags-Produkte DIE Lösung im Wettbewerb?

Während viele Versorgungsunternehmen bereits große Kundenzahlen umtarifert haben, stehen andere noch vor der Frage, wie sie hier vorgehen sollen. Dabei spielen beim Erdgas auch Überlegungen zur Konzessionsabgabe eine Rolle. Worauf können sich Versorger einstellen, wenn Sie Kunden der Grundversorgung oder aus so genannten „Treueverträgen“ offensiv in Son-

derverträge mit fester Laufzeit umtarifizieren wollen? Fokus soll hier Zusammenhang zwischen Kundenverständnis und Abwicklungs-/Betreuungsaufwand sein – und nicht etwa juristische Fragen.

Unabhängig von der Frage, ob sich laufzeitgebundene Verträge für alle Kundengruppen eignen, kostet der so gewonnene befristete Schutz vor Abwanderung zunächst einmal Geld:

- a) in Form eines günstigeren Preises,
- b) durch den Aufwand für das aktive Umtarifizieren per Brief und/oder Telefon, Werbung und auf der Internetseite.
- c) Nicht zu vergessen das Risiko, einen bislang eher passiven Kunden zu sensibilisieren und – ungewollt – einen Preisvergleich zu provozieren.

### **Verständnisprobleme und Risiken nach erfolgreicher Umtarifizierung**

Nach Jahren im Grundversorgungs- oder Treuetarif haben sich viele Energiekunden an die unbefristung bzw. die automatische Verlängerung gewöhnt. Haben solche Kunden wirklich verstanden, dass beim neuen Vertrag am Ende der Laufzeit eine neuerliche Entscheidung erforderlich ist, wenn sie nicht in die Grundversorgung zurückfallen wollen? Ein Verständnisproblem, dass sich vor allem bei Erstwechslern von GVV zu Sonderprodukt zeigt.

Wie erzielt ein Stadtwerk die Ablösung eines Sonderprodukts?

Reicht es aus, den betroffenen Kunden ein Anschreiben zu senden? Praxiserfahrungen zeigen: Die Rücklaufquoten derartiger Anschreiben reichen häufig nicht aus, signifikante Vertragszahlen abzulösen. Um ein „böses Erwachen“ der betroffenen Kunden nach einem Rückfall in die Grundversorgung abzuwenden, greifen Stadtwerke dann zum Telefonhörer. Call-Center wissen, dass es bis zu sieben Anrufversuche „kosten“ kann, bis man die Betroffenen erreicht hat. Befinden sich im abzulösenden Vertrag einige tausend Kunden, kann diese Aufgabe leicht die Kapazität eines Kundencenters überfordern.

Wenn der Kunde nicht reagiert?

Auch mit viel Aufwand gelingt es nicht, alle Verträge abzulösen. Um Verärgerung und Abwanderung betroffener Kunden abzuwenden, empfiehlt sich für die so unfreiwillig Grundversorgten eine Kulanzregelung zum Wechsel in das neue Sonderprodukt.

### **Vertragsende und Jahresverbrauchsabrechnung**

Mit einem Blick in die Preisvergleichsportale wird auch deutlich: Viele der Sondervertragsprodukte sind mit Laufzeitende zum 31. Dezember ausgestattet. Bei Versorgungsunternehmen mit Stichtagsablesung und Verbrauchsabrechnung zum Jahresende kollidiert dann die Ablösung der auslaufenden Verträge mit der Jahresverbrauchsabrechnung: Zwei Aufwandspitzen überschneiden sich.

Mit den Risiken vorausschauend planen

- Ergebnisstellschraube „Cost-to-serve“: Die Neuaufgabe und das aktive Ablösen von auslaufenden Sonderverträgen sind zusätzliche Arbeitsschritte. Für die Betreuung von Kunden in normierten Sonderverträgen sollte daher ein zusätzlicher Aufwand kalkuliert werden.
- Erstmalige Nutzer von laufzeitgebundenen Sonderprodukten: Markieren Sie diese im Produktivsystem oder CRM, damit diese evtl. separat angesprochen werden können. Rechnen Sie hier mit mehr Rückfragen und Aufwand.
- Trennen der Aufwandsspitzen Jahresverbrauchsabrechnung und Ablösen auslaufender Verträge, z.B. durch einen Wechsel auf rollierende Ableitung (schwierig, wenn alle Sparten in einer Rechnung zusammengefasst werden sollen) oder Verschieben der Laufzeitenden auf einen vom Jahresende abweichenden Termin.
- Externe Dienstleister können das Kundenzentrum bei Engpässen unterstützen. Das will aber gut vorbereitet sein, damit das gewohnte Betreuungsniveau erhalten bleibt.

Die Ablösung der Sonderverträge ist einer der kritischen Punkte im Kunden-Lebenszyklus – organisatorisch und unter den Gesichtspunkten der Betreuungskosten und des Verlustrisikos. Auch die Vertragsablösung kann Kunden „aufwecken“ und zu einem Preisvergleich sensibilisieren. Ein 12- oder 24monatiger „Kündigungsschutz“ ersetzt daher keine aktive Beziehungspflege.

Walter Schmitz, 14. Oktober 2016