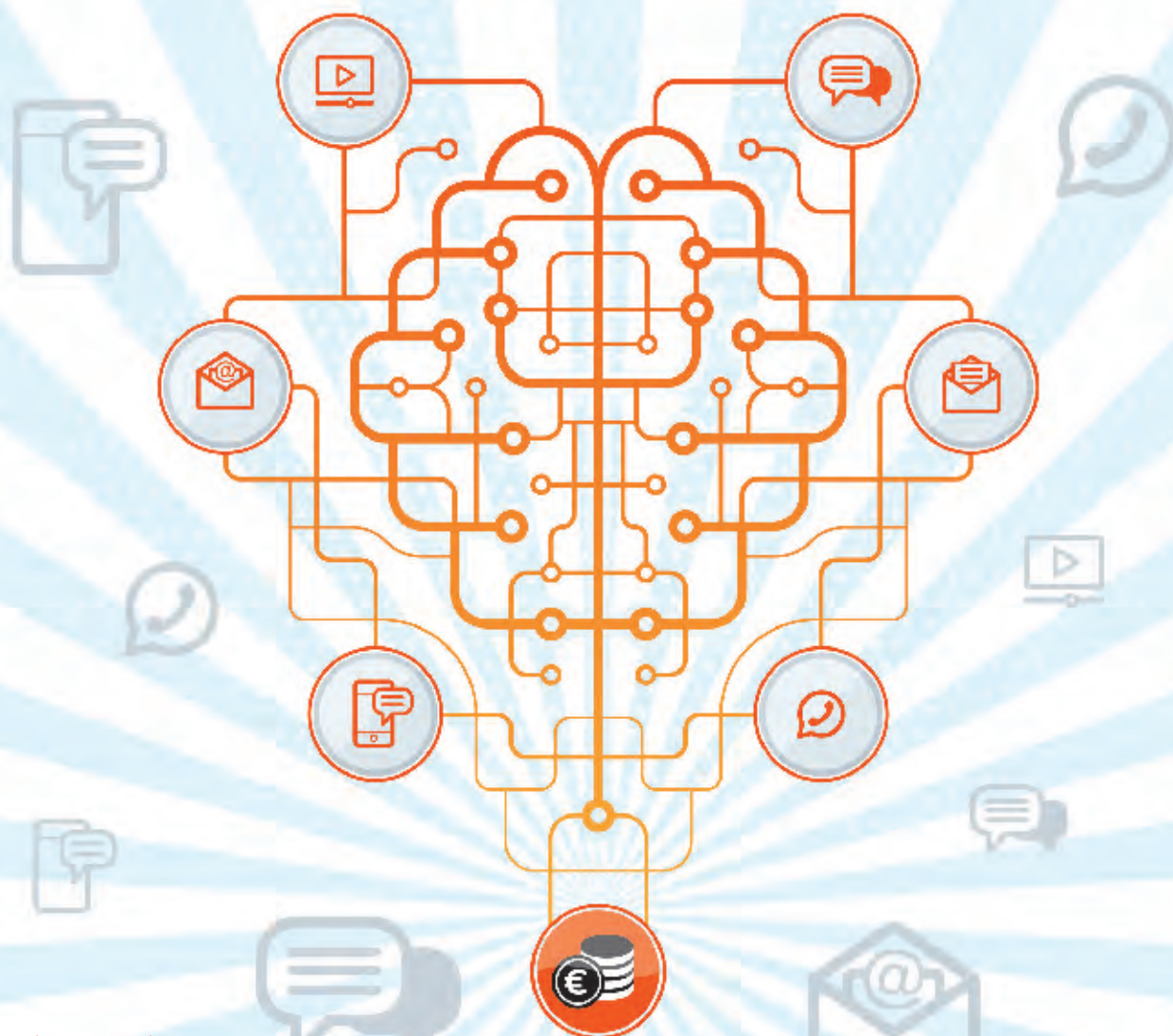


energie spektrum

07
2019
34. Jahrgang

Der Weg zum Geld

Digitale Strategien im Forderungsmanagement



Smart Meter

Florian Hartke von Gwadriga zum Rollout

Industrie

Energieeffizienz für Dauerbrenner

Regelenergie

Stromnetze am Limit

DOSSIER

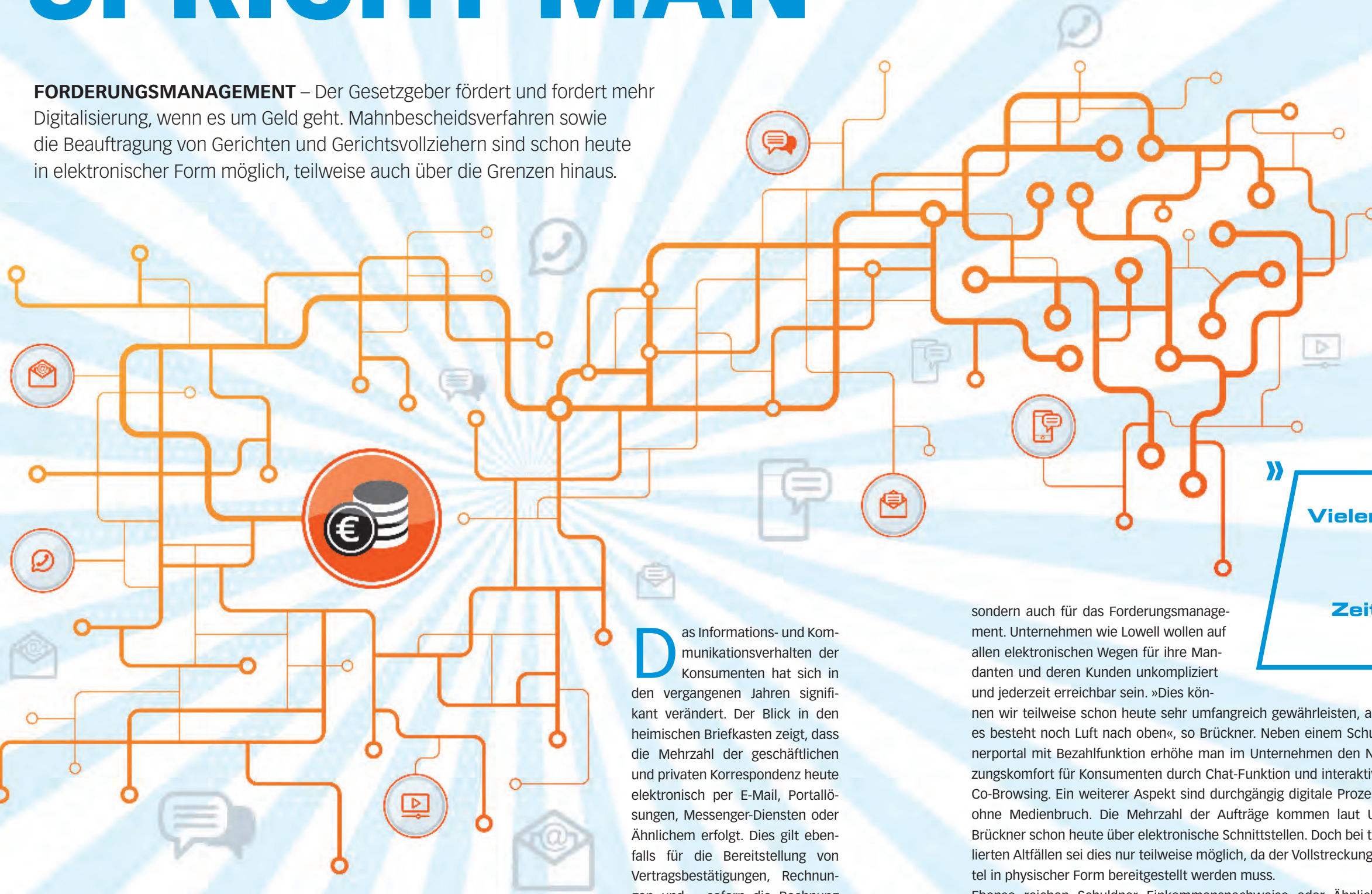
Fokus Kunde

Dienstleistungen mit Zukunftsperspektive für Stadtwerke und Energieversorger

Seite 33 ▶▶▶

ÜBER GELD SPRICHT MAN

FORDERUNGSMANAGEMENT – Der Gesetzgeber fördert und fordert mehr Digitalisierung, wenn es um Geld geht. Mahnbescheidsverfahren sowie die Beauftragung von Gerichten und Gerichtsvollziehern sind schon heute in elektronischer Form möglich, teilweise auch über die Grenzen hinaus.



Das Informations- und Kommunikationsverhalten der Konsumenten hat sich in den vergangenen Jahren signifikant verändert. Der Blick in den heimischen Briefkasten zeigt, dass die Mehrzahl der geschäftlichen und privaten Korrespondenz heute elektronisch per E-Mail, Portallösungen, Messenger-Diensten oder Ähnlichem erfolgt. Dies gilt ebenfalls für die Bereitstellung von Vertragsbestätigungen, Rechnungen und – sofern die Rechnung unbezahlt bleibt – auch für den Versand von Mahnungen.

»Die moderne Kommunikation im Forderungsmanagement ist digital. Entsprechend müssen wir dort präsent sein, wo uns die Kunden unserer Mandanten erwarten – online per Chat, über E-Mail oder auch per Whatsapp«, erläutert Udo Brückner, Managing Director bei Tesch Inkasso – Part of Lowell Group. Daher ist die Bereitstellung von digitalen Kommunikationskanälen ein wichtiger Baustein für eine erfolgreiche Umsetzung. Omnichannel ist nicht nur für Versandhändler wichtig,

um die weitere Bearbeitung in teilautomatisierten, elektronischen Prozessen zu gewährleisten. Bevor es zur Sperrandrohung und zur Kündigung des Vertragsverhältnisses kommt, bietet Lowell seinen Kunden an, in einer Eskalationsstufe als Inkassodienstleister den säumigen Stromkunden schriftlich und telefonisch zu kontaktieren. Hierbei wird eruiert, ob es sachlich unterlegte Einwendungen gegen den Stromvertrag oder die Stromrechnung gibt, oder ob der Stromkunde zwar zahlungswillig, aber nicht zahlungsfähig ist.

KÜNDIGUNGSPRÄVENTION UND KUNDENBINDUNG

Ziel dieser Vorgehensweise ist es, eine Stromsperre oder gar eine Zutrittsklage zu vermeiden, denn solche Maßnahmen sind sowohl für den Stromkunden als auch für den Stromlieferanten kostenintensiv und belasten die Betroffenen emotional. Letztlich verfolgt die Lowell Group das Ziel, das Forderungsmanagement einerseits für ihre Kunden effizienter zu gestalten und andererseits für den Konsumenten tragfähige Lösungen in einer schwierigen Lebensphase zu finden.

»Um Zahlungsausfälle zu vermeiden, sollten auch Grundversorger Bonitätsabfragen bei Wirtschaftsauskunfteien nutzen, um die Zahlungsfähigkeit eines Kunden schon im Vorfeld eines Vertragsabschlusses zu erkennen. Dies geschieht bereits heute online und in Echtzeit«, sagt Udo Brückner. In der laufenden Geschäftsbeziehung helfe eine Auswertung der Vertrags- und Zahlungsdaten, risikobehaftete Kundenbeziehungen zu erkennen. Hat der Kunde ein SEPA-Mandat erteilt oder überweist er die

» **Vielen Konsumenten ist einfach die Anonymität des digitalen Zeitalters wichtig.** «

Abschlagszahlungen? Wie häufig kommt es zum Zahlungsverzug oder zu Rücklastschriften in der Kundenbeziehung? Ist der Kunde bereits aus früheren Vertragsbeziehungen bekannt? »Bei der Auswertung unterstützen wir unsere Kunden mit unserem Know-how und Methodenwissen. Im Mengengeschäft helfen mathematisch-statistische Scoring-Verfahren, frühzeitig den zahlungsfähigen Kunden von dem

sondern auch für das Forderungsmanagement. Unternehmen wie Lowell wollen auf allen elektronischen Wegen für ihre Mandanten und deren Kunden unkompliziert und jederzeit erreichbar sein. »Dies können wir teilweise schon heute sehr umfangreich gewährleisten, aber es besteht noch Luft nach oben«, so Brückner. Neben einem Schuldnerportal mit Bezahlfunktion erhöhe man im Unternehmen den Nutzungskomfort für Konsumenten durch Chat-Funktion und interaktives Co-Browsing. Ein weiterer Aspekt sind durchgängig digitale Prozesse ohne Medienbruch. Die Mehrzahl der Aufträge kommen laut Udo Brückner schon heute über elektronische Schnittstellen. Doch bei titulierten Altfällen sei dies nur teilweise möglich, da der Vollstreckungstitel in physischer Form bereitgestellt werden muss. Ebenso reichen Schuldner Einkommensnachweise oder Ähnliches größtenteils noch per Brief ein. Das bedeutet, dass täglich viele Tausend Poststücke und andere Dokumente gescannt werden müssen,

zahlungsunwilligen zu unterscheiden«, verdeutlicht Brückner weiter. Aber wie gelingt so eine individuelle Kundenbetreuung? Jeder Mensch wird geprägt durch sein unmittelbares soziales Umfeld, seine schulische Bildung und seine Lebenserfahrung. Zudem hat sich die Kommunikationstechnik in den vergangenen 25 Jahren deutlich weiterentwickelt. Eine heutige Rentnerin ist in einem anderen Wertesystem und mit anderen Kommunikationsmitteln aufgewachsen als ein »Millennium-Kind«. Entsprechend unterschiedlich sind die Erwartungen und Erfahrungen hinsichtlich der Ansprache und über welches Mittel der Kontakt aufgebaut wird. So verfolgt Lowell verschiedene Segmentierungsansätze und arbeitet an der Umsetzung einer ▶

INTERVIEW

»ZIEL IST ES, DEN KUNDEN ZU KENNEN UND ZU VERSTEHEN«

Udo Brückner von Tesch Inkasso – Part of Lowell Group über Digitalisierungsstrategien im Forderungsmanagement.

Was wollen Sie mit Ihren Ansätzen und Konzepten zur digitalen Strategie erreichen?

Wir wollen dort erreichbar sein, wo und wann unsere Mandanten und deren Kunden uns zu Recht erwarten dürfen, nämlich digital, per Telefon oder auch – wenn es sinnvoll und erforderlich ist – per Brief. Hierbei steht die Individualisierung der Kommunikation im Vordergrund. Die Internet-Werbung ist Vorreiter auf diesem Gebiet, indem sie beispielsweise Nutzungs- und Verhaltensdaten mit statischen Informationen und Geo-Daten kombiniert, um zielgerichtet auf die Konsumpräferenzen des Webnutzers einzugehen.

Dies lässt sich auch auf das Forderungsmanagement übertragen. Data Sourcing und Data Analytics werden auch im Forderungseinzug weiter an Bedeutung gewinnen. Nicht zuletzt ist ein weiterer Aspekt die Nachhaltigkeit. Dort, wo wir Daten elektronisch übertragen und digitale Kommunikationswege nutzen, verringern wir den Ressourcenverbrauch von Papier und die Brieflogistik auf unseren Straßen.



Udo Brückner
Tesch Inkasso – Part of Lowell Group

Bild: Lowell

Was bringt es Ihrem Kunden, dem Energieversorger, für Vorteile?

Digitale Informationen sind typischerweise schnell verfügbar und können über unterschiedliche Medien bereitgestellt werden. Dies ist für unsere Kunden beispielsweise von Vorteil, wenn der Stromkunde im dortigen Servicecenter um Auskunft über seine nicht bezahlte Stromrechnung bittet. Auch das Reporting für unsere Kunden lässt sich detaillierter und auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse individualisiert bereitstellen, so wie dies bereits heute schon über unser Kundenportal praktizieren.

Was ist ihm in diesem Zusammenhang besonders wichtig? Mit welchen Fragen kommt er hier auf Sie zu?

Besonders Großkunden werfen einen Blick auf Performance und Exzellenz ihres Inkassodienstleisters. Konzentrierte sich der Controller früher auf die Ex-post-Betrachtung und die Ursachenanalyse, erarbeiten wir heute zusammen mit unseren Kunden präzise Prognosemodelle, damit dieser seine Liquiditätsplanung optimieren kann.

Ein weiterer Aspekt ist – besonders außerhalb der Grundversorgung – der Erhalt der Kundenbeziehung zwischen dem Energieversorger und seinen Vertragspartnern. Hier hilft der Inkassopartner bei der Einschätzung, ob der Energiekunde eventuell nur einen kurzfristigen Liquiditätseingangs zu bewältigen hat und daher weiter als Kunde mit Strom versorgt werden kann.

Einerseits gilt es, das Geld der säumigen Zahler für den Energieversorger zu beschaffen, andererseits gilt es, den Konsumenten zu helfen, eine Lösung für die Zahlung zu finden, ohne ihn zu verprellen – wie gelingt Ihnen dieser Spagat?

Über 90 Prozent der Konsumenten sind erfahrungsgemäß zahlungswillig, aber – zumindest temporär – nicht zahlungsfähig. Daher ist es besonders wichtig, mit dem Stromkunden eine an seine momentane Situation angepasste Rückzahlungsvereinbarung zu treffen. Dies ist gerade in der Grundversorgung nicht immer einfach, denn neben Miete und der Versorgung mit Lebensmitteln deckt die Bereitstellung von Energie ein Grundbedürfnis ab. Wenn das Lebensnotwendige nicht mehr bezahlt werden kann, sind regelmäßig weitaus höhere Verbindlichkeiten aufgelaufen. Entsprechend lange dauert es oftmals, bis sich der Stromkunde von seinen Altschulden befreien kann.

Is

Customer-Journey-Strategie, um auf unterschiedliche Konsumenten im Rahmen der Omnichannel-Strategie individueller eingehen zu können. Schon 2016 ist das Unternehmen mit dem Angebot von personalisierten Erklär-Videos gestartet. Heute heißt das Angebot »LowellVISIO«. »Manchem Konsumenten ist die direkte Ansprache durch einen Mitarbeiter eines Inkassodienstleisters unangenehm. Hier hilft das individualisierte Erklär-Video, die Anonymität der digitalen Kommunikation zu wahren und gleichzeitig den Stromkunden wichtige Informationen an die Hand zu geben. Es hilft uns auch die Konsumenten zu erreichen, die auf eine klassische Inkassoansprache nicht reagieren würden«, weiß Udo Brückner.

UNKOMPLIZIERTE ZAHLUNGSMÖGLICHKEITEN

Zudem ist derzeit ein Webportal für Konsumenten im Aufbau. Dazu werden wertvolle Erfahrungen gesammelt, welche Informationen und Services gewünscht sind und wie sich die Nutzung so einfach wie möglich gestalten lässt. Natürlich bietet Lowell seit vielen Jahren im Rahmen des Forderungseinzugs klassische Bezahlmethoden wie Überweisung, Ratenzahlungen oder Lastschriftinzüge an. Und mit der Einführung von »barzahlen.de« war man Vorreiter für das Bezahlen der Energieforderung im Supermarkt oder an der Tankstelle. Der nächste Schritt werden Zahlungsmöglichkeiten sein, die heute im Online-Handel selbstverständlich sind. Es liegen laut Udo Brückner noch keine belastbaren Erkenntnisse vor, die auf eine höhere Zahlungswilligkeit schließen lassen.

»Allerdings möchten wir Konsumenten mit den Online Bezahlmöglichkeiten weitere Wege anbieten, um eine Zahlung ganz bequem von zu Hause oder von unterwegs zu tätigen. Letztendlich möchten wir es den Menschen einfach machen, ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen – auch wenn dies nicht direkt zu höheren Zahlungsquoten führen sollte.« Geplant sei künftig auch ein Secure IVR Payment. Erste Versuche laufen bereits. »Auch wenn es für viele sicher ungewohnt ist, Zahlungsdaten am Telefon preiszugeben, ist es eine weitere Zahlungsmethode, mit der es dem Konsumenten so einfach wie möglich gemacht werden soll, Zahlungen zu leisten«, so Brückner.

Entscheidend sei nach wie vor der Mensch sowie eine gesunde Kombination aus Technologie und Empathie. »Auch wenn wir mit Siri, Alexa und anderen Sprachassistenten technisch lernen Sprache zu erkennen und zu interpretieren, kann die heutige Technik das Gespräch von Mensch zu Mensch noch nicht ersetzen«, so Brückner. Alle Mitarbeiter der Lowell Group werden regelmäßig geschult, zielgerichtet und gleichzeitig empathisch Zahlungsmöglichkeiten des Stromkunden

im Gespräch zu ergründen und auf seine individuelle Situation einzugehen. Die erforderliche sprachliche Variabilität, also die Sprache und Tonalität anzupassen, um auf Menschen empathisch einzugehen, kann momentan noch kein Sprachroboter leisten.

VON MENSCH ZU MENSCH

Zudem erkennen geschulte Mitarbeiter im Gesprächsverlauf, ob ein Konsument sich in einer besonderen Situation befindet, die eine erhöhte Schutzbedürftigkeit auslöst. »Dies kann eine psychische Überforderung mit der Schuldensituation sein oder ein einschneidendes Erlebnis im unmittelbaren Familienumfeld.

In diesen Fällen werden die Gespräche durch für diese Einsätze besonders geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geführt«, erklärt Brückner. Sicherlich werde man bei Lowell die Weiterentwicklung der sprachlichen Variabilität und des kognitiven Verständnisses von Sprachrobotern weiter beobachten. Nach Brückners Meinung werden aber sicherlich noch einige Jahre vergehen, bis Chat-Bots einfache Gespräche eigenständig führen können.

Da auf der anderen Seite der Telefonleitung Menschen in einer schwierigen finanziellen und nicht selten auch Stresssituation sind, gehöre zu einer zielführenden Gesprächsführung ein Mindestmaß an Empathie, die der »Kollege Computer« dann mitbringen müsse. Auf der diesjährigen E-world hat Lowell eine Energiestudie vorgestellt, die einen wichtigen Blick auf das Forderungsmana-

gement in der Energiewirtschaft geworfen hat. »Dieses wichtige Feedback haben uns Kunden, aber auch der Wettbewerb zurückgespielt«, so Brückner. Für die E-world 2020 plant das Unternehmen ein weiteres Highlight. Am Vorabend der Messe wirft das Unternehmen mit dem Lowell Energie-Experten-Forum einen Blick in die Zukunft der Energiebranche.

START IN DIE E-WORLD 2020 MIT EINEM FORUM

»Renommierte und hochkarätige Referenten gehen auf die Herausforderungen der Energiebranche der kommenden Jahre ein. Prof. Dr. Jens Strüker hatte bereits in unserer Energiestudie die Möglichkeiten der Blockchain-Technologie dargelegt und wird uns auch auf dem Experten-Forum die Chancen bereits heute bekannter Technologien aufzeigen. Und der Zukunftsforscher Timo Leukefeld wird einen visionären Blick in die Zukunft der Energiewirtschaft aufzeigen. Besonders stolz sind wir auch über die Resonanz unseres Experten-Forums in der Politik. So konnten wir Thomas Bareiß, parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, als Referenten gewinnen«, freut sich Udo Brückner im Vorfeld des Energie-Experten-Forum. Ein inhaltsstarker und unterhaltsamer Start in die E-world 2020.

Is

E-World Halle 1, Stand 322 | www.lowellgroup.de

Handelsblatt ENERGIE 2020 GIPFEL ENERGIE FÜR DIE WIRTSCHAFT

1.200 Entscheider + Sie

Kooperativ in die Zukunft: In Zeiten des Klimawandels, veränderter Kundenerwartungen und neuer Wettbewerber gilt es, Geschäftsmodelle neu auszurichten, Unternehmen umzubauen und die Zusammenarbeit mit anderen Branchen wie der Automobil- oder Immobilienwirtschaft zu forcieren. Der Handelsblatt Energie-Gipfel liefert dazu alle notwendigen Informationen und Kontakte, denn hier treffen Sie die wichtigsten Köpfe der Branche, Vordenker und Politikentscheider.

Tickets ab
2.950 €*
*Zzgl. Mehrwertsteuer.

Jetzt anmelden:
handelsblatt-energiegipfel.de

