

Kostenvorteile durch integrierte E-Business-Lösungen

Matthias Koch und Daniel Baier, Cottbus

Mit dem Internet steht ein Informations- und Kommunikationsmedium zur Verfügung, das es ermöglicht, die Geschäftsprozesse mit den vielen kleinen gewerblichen und privaten Kunden effektiv zu gestalten. Dazu ist es jedoch notwendig, den Online-Auftritt als Kundenschnittstelle direkt mit dem Informationssystem des Unternehmens zu verbinden. Nur so ist gewährleistet, dass Informationen medienbruchfrei übertragen und manuelle Nacharbeiten vermieden werden. Untersuchungen an einem praktischen Beispiel zeigen erhebliche Einsparungspotenziale durch solche integrierte E-Business-Systeme, wobei sich bei deren Einsatz die anfallenden Kosten schnell amortisieren.

Die Zielgruppe der kleinen gewerblichen und privaten Kunden nimmt in Energieversorgungsunternehmen (EVU) zahlenmäßig eine überaus bedeutende Stellung ein. Dazu kommt, dass im Geschäftsverkehr bei jedem Kunden eine Vielzahl von standardisierten Prozessschritten anfallen, wie z. B. Stammdatenverwaltung, Tarif- und Vertragsgestaltung, Zähler- und Verbrauchsdatenmanagement, Abrechnung und Zahlung.

Manuelle Dateneingabe -ständige potenzielle Fehlerquelle

Gewöhnlich werden die dabei notwendigen Daten vom Kunden über dem Postweg, über das Telefon bzw. über ein Call-Center und teilweise auch per Fax zum EVU übermittelt. Bei Benutzung all dieser Kontaktkanäle müssen die vom Kunden gelieferten Daten manuell von Sachbearbeitern in das betriebliche Informationssystem eingegeben werden. Die manuelle Eingabe ist dabei nicht nur sehr zeit- und damit kostenintensiv, sie stellt auch eine ständige potenzielle Fehlerquelle dar.

Viele EVU nutzen mittlerweile auch das Internet zur Information und Kommunikation mit ihren Kunden. Neben dem eigenen Informationsangebot bieten sie den Kunden auf ihrer Webseite die Möglichkeit, sich per Kontaktformu-

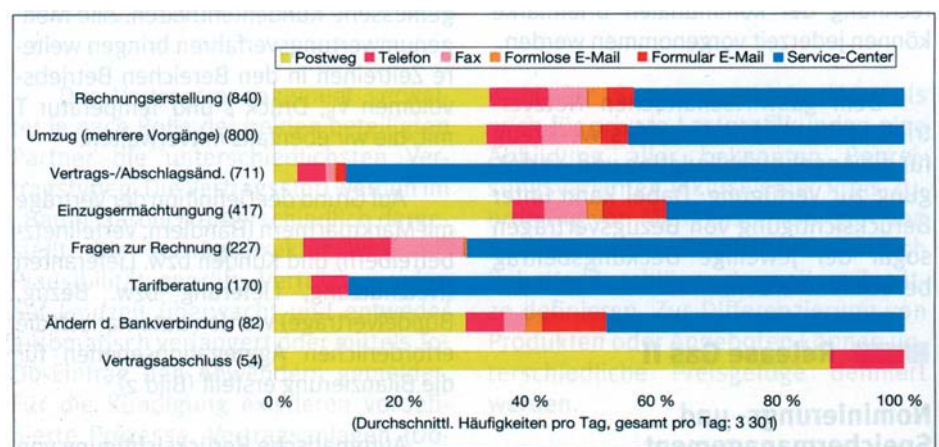


Bild 1: Durchschnittliche Vorgangshäufigkeiten und Verteilung auf die Kontaktkanäle

lar an sie zu wenden. Doch hinter dieser elektronischen Eingabemaske steht nur in den seltensten Fällen wirklich eine E-Business-Lösung, wie eine empirische Überprüfung gezeigt hat. Die eingegebenen Daten werden meist per E-Mail an die Kundenabteilung oder an das Service-Center gesandt und dort erst per Hand informationstechnisch erfasst. Das gleiche geschieht auch mit Daten, die von Kunden direkt per E-Mail an das EVU geschickt werden.

Medienbrüche durch E-Business-Lösungen vermeiden

Mit einer geeigneten E-Business-Lösung, wie z. B. 24power, Musterstadtwerk oder ITC-PowerCommerce, könnten dieser Medienbruch vermieden und bedeutende Kosten eingespart werden. Dies soll im Folgenden an einem konkreten Beispiel eines Stadtwerkes mit ca. 1,5 Mio. Privatkunden verdeutlicht werden. Bild 1 zeigt die Nutzung der an-

gebotenen Kontaktkanäle in Abhängigkeit von verschiedenen Bearbeitungsvorgängen eines Tages an. Alle eingehenden Kundeninformationen müssen dabei manuell erfasst werden, da auch die auf der Website per Formular eingegebenen Daten nur per Formular-E-Mail weitergeleitet werden.

Das Prinzip der möglichen Kosteneinsparung soll am Beispiel des Umzugs verdeutlicht werden. An das Stadtwerk werden durchschnittlich 800 Umzüge pro Tag gemeldet (zweiter Vorgang in Bild 1). Dem entsprechen bei 20 Arbeitstagen monatlich 16000 Umzüge. Von diesen monatlichen Umzugsmeldungen wurden 4,4 % (ca. 700) auf der Website des Stadtwerkes von den Kunden selbst eingegeben. Die Eingaben wurden bisher per Formular-E-Mail an das Unternehmen weitergeleitet und dort nochmals manuell in das vorhandene Informationssystem eingegeben. Die Bearbeitungszeit für einen Umzugsvorgang, der sich aus mehreren Teilvor-

Dipl.-Wirt.-Ing. M. Koch, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Prof. Dr. D. Baier, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Innovationsmanagement an der BTU Cottbus;
Kontakt: www.marketing.tu-cottbus.de

gängen (z. B. Erfassung von Stamm- und Zählerdaten, Rechnungsvorgänge) zusammensetzt, beträgt insgesamt 17 min.

Da nun bereits 700 Umzugsmeldungen auf der Website des Stadtwerks eingegeben werden, liegt es nahe, diese Eingaben direkt über ein entsprechendes E-Business-System an das Stadtwerk weiterzuleiten. Die Kosten für eine nochmalige manuelle Dateneingabe durch das Stadtwerk könnten eingespart werden. Hinzu kämen noch weitere 500 Meldungen, die monatlich per E-Mail im Stadtwerk eintreffen. Denn wenn diese Kunden bereits das Internet nutzen, könnten sie auch durch kommunikative Maßnahmen dazu veranlasst werden, den bequemeren Weg eines fertigen Formulars auf einer Website zu benutzen.

Hohe Einsparungen durch Wegfall der manuellen

Insgesamt würde so bei monatlich 1200 Umzugsmeldungen die manuelle Doppelerfassung im Stadtwerk entfallen. Im hier betrachteten Stadtwerk können damit bei 17 min Bearbeitungszeit je Vorgang und 1200 Vorgängen je Monat umgerechnet 340 Arbeitsstunden eingespart werden. Bei einer kalkulatorischen Arbeitszeit von 8 Stunden je Arbeitstag entspricht dies 42,5 Manntagen je Monat. Werden auf dieser Berechnungsgrundlage die Einsparungspotenziale für die anderen Prozessvorgänge berechnet, erhält man eine Gesamteinsparung von 557,7 Stunden oder 69,7 Manntagen (Tabelle 1).

Durch die Bewertung mit Arbeitsstunden können die quantitativen Einsparungen monetarisiert werden. Die Höhe der Stundensätze hängt u. a. davon ab, ob eigene Mitarbeiter oder ein externes Call- bzw. Service-Center in Anspruch genommen werden und welche Kalkulationsgrundlage (Voll- oder Teilkostenrechnung) zu Grunde gelegt wird. Für die folgenden Berechnungen wird ein kalkulatorischer Stundensatz von 50 € je Arbeitsstunde zu Grunde gelegt. Weitere Einsparungen können erzielt werden, wenn die Ablesung der jährlich durchzuführenden Zählerstandsmeldung statt durch

Prozess / Vorgang	Häufigkeit pro Monat	Anteil der Nutzung von Web und E-Mail		Mittlere Bearbeitungszeit je Vorgang		Eisparung durch E-Business-Systeme	
		pro Monat	in %	traditionell manuell	E-Business-System	Stunden pro Monat	Manntage pro Monat
Rechnungserstellung	16 600	1 192	7,1	10,0 min	0,0 min	198,7 h	24,8
Umzug	16 000	1 200	7,5	17,0 min	0,0 min	340,0 h	42,5
Vertrags- / Abschlagsänderung	14 214	241	1,7	0,5 min	0,0 min	2,0 h	0,3
Einzugsermächtigung erteilen	8 337	1 044	12,5	0,5 min	0,0 min	8,7 h	1,1
Fragen zur Rechnung	4 536	21	0,5	15,0 min	0,0 min	5,3 h	0,7
Änderung der Bankverbindung	1 638	374	22,8	0,5 min	0,0 min	3,1 h	0,4
Vertragsabschluss	1 071	0	0,0	15,0 min	0,0 min	0,0 h	0,0
Summe	62 596	4 072	6,5			557,7 h	69,7

Tabelle 1: Quantitative Einsparpotenziale bei der Verwendung von Web-Formular und E-Mail

Einsparung Zeitraum	Quantitativ	Monetär	Mit Online-Zählerstandmeldung	Gesamteinsparung
pro Monat	557,7 h	22 887 €	4 959 €	32 846 €
pro Jahr	6.692,9 h	334 644 €	59 510 €	394 154 €

Tabelle 2: Monetäre Einsparpotenziale bei der Verwendung von Web-Formular und E-Mail

Außendienstmitarbeiter oder externe Dienstleister durch den Kunden selbst vorgenommen und online übermittelt wird. Die Ergebnisse der gesamten monetären Einsparungspotenziale sind zusammengefasst in Tabelle 2 dargestellt.

Die errechneten Einsparungen in Höhe von fast 400 000 € pro Jahr zeigen bereits deutlich den Nutzen von E-Business-Systemen an der Kundenschnittstelle. Da solche Systeme natürlich auch erhebliche Investitionen und Folgekosten verursachen, muss untersucht werden, inwieweit diese E-Business-Systeme wirtschaftlich einsetzbar sind.

Eine praktische Softwarelösung, die im betrachteten Stadtwerk zum Einsatz kommen könnte, ist die Branchenlösung PowerCommerce, die von der ITC Internet-Trade-Center GmbH & Co. KG in Zusammenarbeit mit dem Fachverband für Energie-Marketing und -Anwendung (HEA) e. V. beim Verband der Elektrizitätswirtschaft (VDEW), der Unternehmensberatung Batos AG und mehreren Energieversorgungsunternehmen entwickelt wurde.

Kosten und Amortisation der Anschaffung

Bei der Einführung dieser Software würden einmalig Anschaffungskosten

für Hard- und Software sowie Kosten für technische und organisatorische Anpassungsmaßnahmen in Höhe von ca. Zoo 000 € anfallen. Neben diesen einmaligen Kosten kommen dann jährliche Kosten für die Softwarelizenz, für die Wartung und Betreuung der Hard- und Software sowie das Workflow- und Content-Management in Höhe von ca. 136 000 € hinzu. Bild 2 (Seite 66) zeigt die Gegenüberstellung dieser Kosten und der zuvor errechneten Einsparungen in einer Amortisationsrechnung. Die dargestellten vier Varianten sollen veranschaulichen, dass sich die Amortisationszeit sehr viel deutlicher mit einer verstärkten Internetnutzung verbessert, als durch die Berücksichtigung der Online-Zählerstandsmeldung. Bei einem derzeitigen Nutzungsanteil des Internets als Kommunikationskanal, also per Web und E-Mail, von insgesamt 7,5 % der Kunden hätte sich die Investition im Beispiel bereits nach einem Jahr amortisiert.

Attraktiver Webauftritt hilft Kosten sparen

Das Beispiel geht von realen Ausgangsdaten eines Stadtwerks aus, das bisher noch keine geeignete E-Business-Lösung für die Kommunikation mit Privatkunden über das Internet besitzt. Die Kostenannahmen beruhen auf

von IT-Experten und können in der Praxis je nach Gegebenheiten auch deutlich variieren. Auf der anderen Seite blieb bisher aber auch eine Vielzahl von schwer oder nicht quantifizierbaren Nutzensgrößen unberücksichtigt, die zusätzlich für den Einsatz einer solchen E-Business-Lösung sprechen. Dazu gehören beispielsweise die Erhöhung der Reaktionsschnelligkeit sowie die Vermeidung von Fehleingaben bei der Bearbeitung, die Nacharbeiten und weitere Kundenkontakte zur Folge hätten.

Im Weiteren führen diese Faktoren zu einer verbesserten Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sowie intern zur Reduzierung wenig qualifizierter Routinearbeiten der Mitarbeiter. Ein sehr wichtiger Vorteil ist darüber hinaus die Nutzung der im Online-Prozess aufgezeichneten Daten im Rahmen eines Customer Relationship Managements (CRM).

In jedem Fall zeigt die differenzierte Betrachtung der Amortisationsrechnung, dass sich die Relationen mit jedem zusätzlichen Kunden, der das Internet als Kommunikationskanal mit dem EVU nutzt, überproportional verbessern. Der allgemeine Diffusionsprozess von technischen Anwendungen wird dazu auf natürliche Weise beitragen, schon jetzt besitzt fast jeder zweite Haushalt einen PC und jeder dritte Haushalt eine Internetanschluss.

Dieses vorhandene Potenzial zeigt aber auch, dass ein Abwarten nicht notwendig ist. Werden in der Gegenwart die informationstechnischen und organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, sind in der Zukunft erhebliche Kosteneinsparungen realisierbar.

Durch einen attraktiven Webauftritt und geeignete Marketingmaßnahmen können weitere Kunden gezielt auf diesen Kommunikationskanal gelenkt werden, denn jeder zusätzlich Online-Kontakt ist ein zusätzlicher Beitrag zur Kosteneinsparung und damit zur Sicherung und Erhöhung des Unternehmenserfolgs.

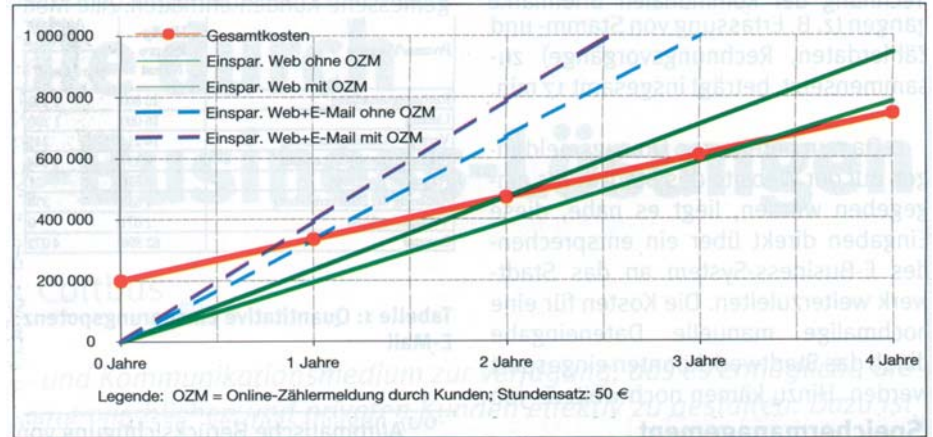


Bild 2: Amortisationsrechnung am Beispiel von PowerCommerce (in €)