

und außerhalb des gemeinsamen Ausbauprojekts läuft das klassische Produkt-Marketing rund um die Münster:Highspeed-Produktwelt. Im Infrastrukturaufbau ist die Telekom Kooperationspartner, im Endkundengeschäft jedoch konkurrierender Marktteilnehmer. In der Vermarktungsphase treten somit beide Unternehmen gegenüber den Endkunden als eigenständige Anbieter von Glasfaserverträgen auf. Drittanbietern wird der Netzzugang diskriminierungsfrei und zu fairen kommerziellen Bedingungen gewährleistet.

Virtuelle Verhandlungen

Bedingt durch die Corona-Pandemie wurde die Kooperation nahezu vollständig virtuell erarbeitet. An die Stelle persönlicher Meetings und Dienstreisen zwischen Münster und Bonn traten Videokonferenzen. Verhandlungen wurden nicht am runden Tisch, sondern vor dem Bildschirm und am Telefon geführt.

Um die unzähligen großen und kleinen Themen rund um das gemeinsame Projekt zielgerichtet zu klären, hat sich die agile Projektstruktur bewährt. Die verschiedenen Themenbereiche, darunter Recht und Regulierung, Ausbauplanung oder Kommunikation, wurden von interdisziplinären Teams aus beiden Häusern in so genannten Streams bearbeitet. In intensiven, kurzen Sprintphasen wurden konkrete Fragestellungen in den Streams zu abschließenden Ergebnissen gebracht. Der Projektfortschritt wurde in regelmäßigen Reviews bewertet. Diese Agilität und interdisziplinäre Teamarbeit wollen sich die Stadtwerke Münster auch in künftigen Projekten zunutze machen. ■

Vertriebserfolg trotz Pandemie

Trotz Corona-Pandemie dürfen Stadtwerke ihre Breitband-Vertriebsaktivitäten nicht vernachlässigen. Die entsprechenden Produkte werden meist Door2Door (D2D) vermarktet. Und das ist auch unter Pandemiebedingungen möglich, wie das Beispiel der Stadtwerke Velbert zeigt.

Mit Breitband-Produkten neue Märkte erschließen: Für Stadtwerke ist das eine Perspektive. Und die braucht es angesichts sinkender Netzentgelte im Energiemarkt. Nun herrscht aber gerade im Vertrieb von Breitband-Produkten Unsicherheit. Denn die werden über den Door2Door-Vertrieb vermarktet. Ist das während der Corona-Pandemie überhaupt möglich? Die Antwort lautet: ja.

Das zeigt sich am Beispiel der Stadtwerke Velbert. Der Vertrieb startete dort im April 2020. Bereits in den ersten sechs Monaten konnte der Kommunalversorger 1.500 Neukunden für seine Breitband-Produkte gewinnen – trotz Corona und einer gewissen Befangenheit gegenüber Haustürabschlüssen. Im eigenen Haus konnten die Stadtwerke das nötige Vertriebs-Know-how so schnell nicht aufbauen. Man entschied sich deshalb, mit cogento einen externen Dienstleister einzubinden. Das Unternehmen entwickelt Vertriebskonzepte und Strategien für die Telekommunikations- und Energiebranche und ist für zahlreiche Auftraggeber im D2D-Vertrieb unterwegs. Vorab hatte cogento für die Velberter ein komplett neues und individuelles Konzept erarbeitet. Gerade in der von Homeoffice und Homeschooling geprägten Corona-Zeit lässt die Nachfrage nach Breitband-

Produkten nicht nach. Mehr als 1.800 Breitband-Kunden können die Stadtwerke mittlerweile vorweisen. In weniger als einem Jahr hat sich der Versorger mit zielgerichteten Vertriebsmaßnahmen zum Vollanbieter entwickelt.

D2D ist möglich

Trotz Pandemie möglich bleibt der D2D-Vertrieb durch eine Verordnung der Bundesregierung: Vertriebspartner können sich auf die Berufsausübung berufen, selbst ein vorgegebener Bewegungsradius schränkt ihre Tätigkeit nicht ein. Die Einhaltung sämtlicher Hygienemaßnahmen zum Schutz aller Beteiligten ist selbstverständlich. Dennoch haben zahlreiche Stadtwerke Vorbehalte. Zu groß ist die Angst, Vertrauenswürdigkeit einzubüßen. Ist es nicht verantwortungslos, gerade jetzt Mitarbeiter zu fremden Personen zu schicken? Diese Befürchtung lässt sich schnell entkräften. Die Vertriebspartner wissen es zu schätzen, wenn ihr Vorhaben weiterhin vorankommt, die Endkunden nehmen es ebenfalls positiv auf. Das zeigen auch die Ergebnisse einer internen Umfrage. Im Dezember haben die cogento-Teams die besuchten Kunden dazu persönlich befragt. Bei 100 interviewten Personen kam nicht eine negative Rückmeldung.

Voraussetzung ist ein speziell auf den D2D-Vertrieb zugeschnittenes Hygienekonzept sowie die gewissenhafte Schulung der Vertriebspartner. Darüber hinaus braucht es klar definierte Regeln: Kein Gespräch darf ohne gebührenden Abstand sowie Mund-Nasen-Schutz geführt werden. Zudem muss die besuchte Person darauf hingewiesen werden, dass die Beratung im Haus durchgeführt werden kann, aber nicht muss. Findet

ein Gespräch im Haushalt statt, darf der Mund-Nasen-Schutz während der gesamten Beratung keinesfalls abgenommen werden. Vor dem Verlassen gilt es, sämtliche Unterlagen und zum Einsatz gekommene Hardware, wie beispielsweise Tablets, sorgfältig zu desinfizieren. Für die Einhaltung der Regeln ist eine zuständige Person zu benennen. Bei cogento sind es die Team-Leiter, die sich stichprobenartig mithilfe so genannter Quality Calls selbst ein

Bild über Performance und Auftritt der Vertriebspartner machen.

Video-Chat als Alternative

Alternativ können Beratungen per Video-Chat durchgeführt werden. Im Idealfall werden die Haushalte hierzu von ihrem Stadtwerk eingeladen und auch die Terminvergabe läuft barrierefrei über die Stadtwerke-Homepage. Die Beratung übernimmt ein cogento-Mitarbeiter. Auf diese Weise können außerdem neue Projekte direkt und ohne Zeitverlust starten und schon zu Beginn zahlreiche Verträge abgeschlossen werden, während der eigene Vertrieb parallel geschult wird. Auch auf diesem Wege kommen Abschlüsse zustande. Dem Vergleich mit der Abschlussrate bei D2D-Maßnahmen halten die Zahlen jedoch nicht stand. ■



Der Autor: Reiner Gramlich

Reiner Gramlich, Geschäftsführer der cogento GmbH, hat nach seiner Ausbildung zum Kaufmann in verschiedenen führenden Positionen Erfahrung in der kommunalen Versorgungswirtschaft gesammelt. 2020 gründete er das Unternehmen cogento GmbH.



GasLINE

We connect your business.

Glasfaser-Infrastruktur für die digitale Zukunft

Breitbandausbau Dark Fibre

Nutzen Sie unser deutschlandweites Glasfaser-Netz als Backbone, Backhaul und Access für Anbindung / Ausbau Ihrer FttX-Projekte.

ANGA COM DIGITAL – let's connect
08.-10. Juni 2021

gasline.de

