

Industriepolitik ist Klimapolitik



- 5. 8 Europäische Wasserstoff-Union für eine souveräne Energieversorgung
Werner Diwald,
Vorstandsvorsitzender DWV
- 5. 18 Für eine Entwarnung ist es noch zu früh
Ingbert Liebing,
Hauptgeschäftsführer VKU
- 5. 23 Stadtwerke fordern mehr Rückhalt von der Bundesregierung
Michael Riechel,
Vorsitzender des Vorstands
Thüga Aktiengesellschaft

Florian Preuß,
Geschäftsführer
A/V/E GmbH



Den Wandel gestalten: Vom Dienstleister zum Partner

„Das gute Gefühl von Kunden, Mitarbeitern und Partnern liegt uns sehr am Herzen. Deshalb bieten wir passgenaue Dienstleistungen an, die die Produkte und Dienstleistungen unserer Kunden zum Erfolg und den gewünschten Ergebnissen führen.“

Florian Preuß

Die A/V/E GmbH hat sich in den letzten 30 Jahren zu einem der führenden Prozess- und Servicedienstleister für energiewirtschaftliche Themen etabliert und gestaltet diesen Markt aktiv mit. Wie der Servicespezialist aus Halle (Saale) es seit 1993 schafft, sich immer wieder neu zu erfinden und welche Rolle dabei Mut, der richtige Blickwinkel und vor allem der Kontakt mit den Kunden auf Augenhöhe spielt, reflektiert Florian Preuß, Geschäftsführer der A/V/E GmbH im Gespräch mit THEMEN!magazin.

Herr Preuß, die aktuelle Energiekrise ist für alle am Markt eine Herausforderung. Wie schafft es A/V/E seit nun 30 Jahren am Markt erfolgreich zu bestehen?

Unser Ansatz war es schon immer, mehr als nur ein Dienstleister und ausführendes Organ zu sein. Wir sind vielmehr ein Partner, der beratend zur Seite steht und Stadtwerke sowie EVU bei ihrer eigenen Weiterentwicklung erfolgreich begleitet und unterstützt. Denken Sie nur an den Übergang zum digitalen Bezahlsystem und den Wegfall der Lochkarten und der damit verbundenen Einführung der ERP-Systeme. Heute arbeiten wir bereits in Cloudlösungen.

Auch die Liberalisierung des Energiemarktes war ein großer Umbruch aber öffnete uns gleichzeitig neue Möglichkeiten. Die Aufteilung unter anderem in die Marktrolle Lieferant und Netzbetreiber forcierte den Wettbewerb unter den Versorgern, stellte aber auch die bisherigen Arbeitsprozesse komplett auf den Kopf. Und eines ist sicher: die Komplexität wird auch weiterhin zunehmen. Allein die gesetzlichen Rahmenbedingungen, auch getrieben durch die aktuelle Energiekrise, werden dafür sorgen, genau wie der Kunde selbst auch. Denn dieser entwickelt sich mittlerweile zum Prosumer und erzeugt seine Energie selbst.

An diesen Beispielen wird gut sichtbar, wie schnell und zum Teil auch fundamental sich unser Umfeld weiterentwickeln kann. Genau hier macht A/V/E einen Unterschied: Wir verstehen uns heute viel mehr als Partner

statt reinem Dienstleister. Unser Anspruch ist es, diesen Wandel aktiv zu gestalten, für unsere Kunden den Blickwinkel zu wechseln und gemeinsam die besten Lösungen zu finden.

Welche Themen treiben Sie aktuell am meisten um?

Im Zentrum steht die Frage, wie wir es schaffen können, unser Qualitätsversprechen in Zeiten von massiv angestiegenen Kontaktvolumina auf allen Kanälen und der eben erwähnten komplexen Kleinteiligkeit, weiter zu gewährleisten. Hierzu bedarf es engagierter und kompetenter Menschen, aber auch Technologien, die deren Arbeit smart unterstützen.

Der demografische Wandel ist längst kein Buzzword mehr, er ist in den letzten Jahren deutlich spürbar geworden. Hinzu kommt, dass in den nächsten Jahren zusätzlich noch Mitarbeiter aus den geburtenstarken Jahrgängen in Rente gehen werden. Aus diesem Grund ist eine existenzielle Kernaufgabe, hier einen geordneten Übergang sicherzustellen, geeignetes Personal zu finden und das bestehende Wissen im Unternehmen zu halten.

Wie stellen Sie sich im Recruiting auf den aktuellen Arbeitsmarkt ein? Der langfristige Arbeitskräftemangel ist bekanntlich ein branchenübergreifendes Problem.

Das ist richtig, es wird für Unternehmen immer schwieriger, genügend Personal im lokalen Arbeitsmarkt zu gewinnen. Auch althergebrachte Stellenanzeigenfor-

mate bieten oftmals nicht mehr die gewünschte Resonanz. In der aktuellen Recruitingphase haben wir uns inhaltlich und gestalterisch neu ausgerichtet. Dabei setzen wir auf eine moderne und zeitgleich sichere Arbeitgebermarke, die vor allem im Social Media-Bereich gepusht wird. Durch die digitalen Prozesse ergeben sich gleich zwei entscheidende Vorteile: Wir können unsere Stellen zielgruppengenauplatzieren und zudem können wir viel schneller und direkter in Kontakt treten.

Aber das ist nicht alles, was wir getan haben. Denn seitdem sich die Arbeitswelt vermehrt in eine Homeoffice-Welt gewandelt hat und die Digitalisierung auf vielen Ebenen intensiver vorangeschritten ist, beschränken wir uns beim Bewerbungsverfahren nicht mehr nur auf unseren Standort Halle (Saale) und Umgebung, wir rekrutieren auch gezielt auf Bundesebene. Neben Bewerbungsgesprächen lassen sich so inzwischen auch daran anschließende Schulungen und diverse Online-Seminare digital abwickeln.



Wie setzen Sie Digitalisierung für ihre Kunden im Alltagsgeschäft ein?

Der eine Weg ist neues Personal zu finden, der andere, ist Prozesse zu digitalisieren und anschließend zu automatisieren. So können wir die Effizienz steigern und Fehleranfälligkeit reduzieren.

Was bedeutet das genau: Viele standardisierte Themen werden immer intensiver maschinell unterstützt. Wir sprechen hier von Texterkennungssoftware, Chat Self Services, Sprachbots und Robotic Process Automation, kurz RPA, zur Abarbeitung von Prozessen im Hintergrund. So können wir die vorhandenen Mitarbeiterressourcen dort einsetzen, wo sie am meisten gebraucht werden, bei den Klärfällen. Die im Übrigen immer mehr werden und aufgrund ihrer Komplexität längere Bearbeitungszeiten benötigen.

In aktuellen Projekten sind wir unter anderem dabei, Künstliche Intelligenz in Form von Sprachrobotern zu implementieren - natürlich end to end gedacht. Das bedeutet, die Prozesse sind so durchautomatisiert, dass keinerlei manueller Aufwand im Nachgang mehr notwendig ist. So können wir die Arbeitsprozesse für

den Kunden aktiv mitgestalten und Effizienzen in der weiteren Klärung oder Bearbeitung heben. Gerade im Telefoniebereich ist es ratsam sich aktuell neu zu erfinden, denn hier wird es in den nächsten Jahren immer mehr Technik geben, die dem Menschen Prozesse abnimmt.

Wie sehen Sie die Entwicklung am Dienstleistungsmarkt?

Die Rolle des Dienstleisters hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Es ist immer wichtiger geworden, die Weiterentwicklung beim Kunden voranzutreiben und ihm proaktiv Verbesserungen aufzuzeigen. Wie können Aufgabenteilung und Prozesse künftig effizienter ausgestaltet werden – sowohl in Teilprozessen, auf ganzheitlicher Prozessebene bis hin zur gesamtheitlichen IT-Infrastruktur und deren Systeme.

Dies macht den Dienstleister heute zum partnerschaftlichen Berater, der nicht nur ausführt, sondern aktiv am Erfolg des EVUs mitarbeitet. Eine Entwicklung die zum einen neue Herausforderungen mit sich bringt, aber auch unsere Expertise aus 30 Jahren A/V/E-Geschichte widerspiegelt.

Herr Preuß, wir danken für das Gespräch.

www.ave-online.de

Auch neue Produkte brauchen neue Dienstleistungslösungen wie z. B.:

- Beratung & Betreuung von Kunden, Partnern und Providern,
- Prozessmanagement,
- Single Point of Contact im Supportbereich,
- Vertriebsservice für Non-Commodity-Produkte.

Foto: iStock/anatoliy_gleb