



Stadtwerke Schwerte – vielmehr als nur Energieversorger

1868 als Gaswerk gegründet, sind die Stadtwerke Schwerte heute ein moderner Versorger, der verantwortungsbewusst und leidenschaftlich das Schwerter Stadtleben mitgestaltet.

Dabei stehen die sozialen, ökonomischen und ökologischen Bedürfnisse der Region an oberster Stelle, damit sich die Schwerter in ihrer Stadt wohlfühlen.

Über das Tochterunternehmen Elementmedia werden seit 2011 auch Internet, Telefonie und Kabelfernsehen angeboten. Zur Unternehmensgruppe gehören außerdem das Stadtbad Schwerte sowie die Stadtentwässerung.

Die Unternehmensgruppe Stadtwerke Schwerte (SWS) wächst zusammen

Die Stadtwerke Schwerte verfolgen das Ziel, ihren Kunden neben der Lieferung von Strom, Gas und Wärme, auch eine moderne und nachhaltige Rundumversorgung über Energie, Telekommunikation, und Freizeit anzubieten. Ihren Kunden einen besseren Überblick über bestehende Verträge, individuelle und bessere Angebote ihrer Stadtwerke Schwerte (SWS) sowie über aktuelle Ereignisse wie Störungen oder geplante Wartungsarbeiten im Versorgungsgebiet zu informieren, stehen ganz oben auf der Agenda. Gemeinsam mit der con|energy ag, Berater für die Energiewirtschaft, wurde die Digitalstrategie der Unternehmensgruppe neu ausgerichtet.

Die Verantwortlichen im Marketing und Vertrieb haben erkannt, dass sie ihre Ziele nur erreichen können, wenn Sie ihre IT-Landschaft für gezielte Marketing-Aktionen und mehr Automatisierung aufrüsten. Für Konzeption und Realisation konnte die Essener Digitalagentur communicate AG, seit kurzem Kooperationspartner von con|energy, mit ihrem Full-Service Portfolio und ihrer iterativen, agilen Arbeitsweise bei den Stadtwerken überzeugen. Entlang der Digitalstrategie wurde ein Pilotprojekt aufgesetzt, das den größten Geschäftswert (Business Value) mit einem sinnvollen Budget für die Unternehmensgruppe hat und in einer überschaubaren Zeit realisiert werden konnte.

Die Ausgangssituation - Daten in Hülle und Fülle.

Schon heute bietet die Unternehmensgruppe eine Vielzahl attraktiver Leistungen im B2B und B2C. Viele Schwerter Bürger/innen sind Kunde bei mehreren Unternehmen der SWS. Jedes Unternehmen betreibt für seine Geschäftstätigkeit eine eigene, historisch gewachsene IT-Landschaft mit Informationen über Kunden und Verträge, sowie Daten über die Infrastruktur und Technik. Neben den Daten selbst, ist auch das Wissen über diese Daten und ihre Strukturen verteilt. Welche Daten gibt es eigentlich und wie können diese sinnvoll verknüpft werden? Welcher Gas-Kunde hat auch einen Strom-Vertrag? Welcher Haushalt verfügt über eine Glasfaserleitung, die aber noch nicht genutzt wird? Diese und viele andere Fragen ließen sich nur schwer beantworten.

„Marketing zielführend und automatisiert zu gestalten, war in dieser Ausgangssituation faktisch nicht möglich. Um unsere Kunden mit relevanten Informationen und attraktiven Angeboten erreichen zu können, ist zunächst ein ganzheitliches Bild über sie notwendig.“

Michaela Zorn-Koritzius,

Leitung, Marketing Stadtwerke Schwerte (SWS)

Konzept und Vorgehen: Datenkonsolidierung und Verwertung



Proof of Concept: konsolidierte Daten aus allen Geschäftsbereichen

Aus diesen Erkenntnissen haben die Consultants von communicate gemeinsam mit den Schwertern die Ziele für das erste Projekt festgelegt:

- Aufbau einer Customer-Data-Management Plattform als Middleware zu den Datenquellen
- Relevante Daten aus verteilten Systemen sinnvoll und nachhaltig miteinander verknüpfen
- Einhaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zum Unbundling Geschäft und der DS-GVO

Getreu dem Anspruch, den größten Business Value für das Unternehmen möglichst schnell zu realisieren, wurden aus einer Vielzahl von Anwendungsszenarien 4 aus dem B2C-Bereich für einen PoC definiert.

1. 360 Grad Kundenprofil (Golden Customer Record)
2. Easy to Use PowerSearch im Google Style mit konsolidiertem Suchindex
3. Data Selection & Mining
4. Störfallhistorie: aktuelle und vergangene Störungen über alle Systeme

In 3 Schritten zum Golden Customer Record:

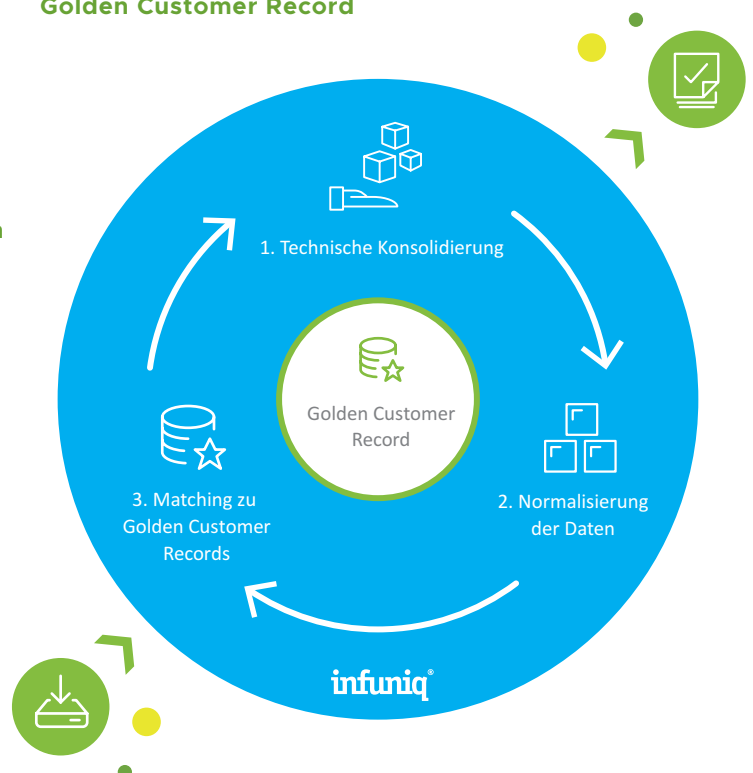
Zuerst analysierte das Projekt-Team die wesentlichen Kernsysteme, um daraus die relevanten Informationen in einem Datenmodell zu konsolidieren. Mit dem infuniq Framework lieferte communicate die geeignete Plattform für Import, Normalisierung und Matching der Daten. Siehe Grafik „Golden Customer Record“ unten.

Das Erfolgsrezept:

Agile Arbeitsweise mit Fokus auf das Wesentliche

Mit den agilen Methoden und der Expertise für Datenmodellierung von communicate war ein schneller Einstieg in die Umsetzung möglich. Für den Prototyp wurden zunächst Funktionen mit hohem Geschäftswert beschrieben und in der Umsetzung entsprechend priorisiert. Innerhalb von 4 Phasen à 2 Wochen wurde das Projekt erfolgreich realisiert. Von Anfang an waren die Wissensträger aus den Fachbereichen der Stadtwerke Schwerte (SWS) Teil des Projekt-Teams. Bereits im Vorfeld plante das Team Unterbrechungen ein, um das Tagesgeschäft der Stadtwerker nicht zu beeinträchtigen.

Golden Customer Record



Durch die enge Zusammenarbeit im Team und Transparenz im gesamten Projekt wurden die neuen Funktionen und Abläufe schnell erlernt und auf Qualität geprüft. Das System ist einsatzbereit und die ersten Daten-Selektionen über die PowerSearch wurden gemeinsam durchgeführt.

„Das erste Ziel auf dem Weg zur Marketing Automation bei den Stadtwerken war, sich auf globaler Ebene mit den Daten zu beschäftigen. Da niemand bei SWS einen Gesamtüberblick über die verschiedenen Systeme hatte, war das notwendig. Jetzt ist es möglich, den Ist-Zustand quasi spielerisch zu analysieren und es können Maßnahmen zur Verbesserung der Datenqualität ergriffen werden.“

Michael Ochtrup, Principal Consultant, communicode GmbH

Verfügbare Daten mit hohem Unternehmenswert

Ein wichtiger Meilenstein für Marketing und Vertrieb ist erreicht. Die neue infunIQ CDM-Plattform eröffnet den Stadtwerken sowohl Geschäftschancen als auch Einsparpotentiale. Nun gilt es, Datenselektionen zu konsolidieren und weiter Data Mining zu betreiben. Der eigentliche Business Value liegt in der Konsolidierung dieser Daten und wird dann realisiert, wenn ein Marketing Automation Tool implementiert wird.

Über infunIQ Systems

Seit 2007 ist das Unternehmen Spezialist für die Migration und Veredelung von Produktdaten, Prozessoptimierung und die Einrichtung von Publishing-Strukturen. Im Market-Performance-Wheel der TGOA AG (The Group of Analysts) wurden der PIM-Lösung hohe Werte in den Bereichen Zukunftsfähigkeit, Technologie und Umsetzungsvermögen bescheinigt. In der Zusammenarbeit von infunIQ mit communicode entstehen zentrale Datamanagement-Plattformen für Marketer, die ein automatisiertes Publizieren der Inhalte in alle Kanäle vereinfachen.

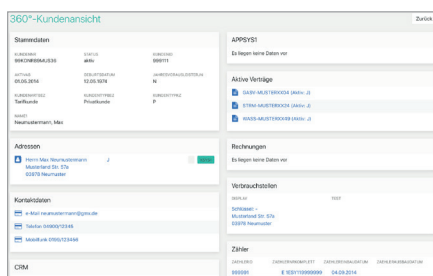
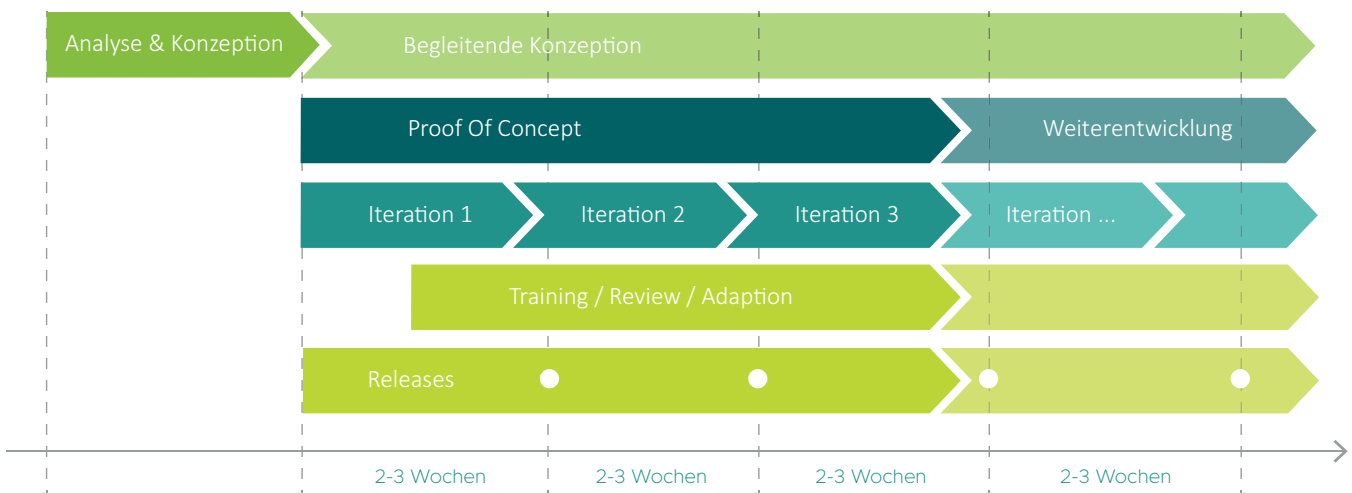


Interesse geweckt?

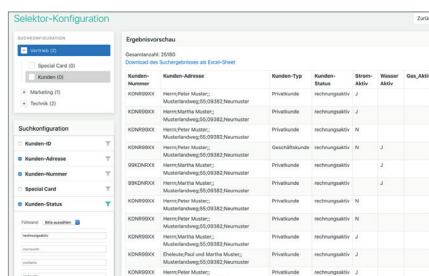
Erfahren Sie, wie wir auch Ihr E-Business auf das nächste Level bringen können.

[Unverbindlich Kontakt aufnehmen](#)

Roadmap: Überblick PoC



1. Golden Record



2. Selektor-Konfiguration



Durch die enge Zusammenarbeit im Team und Transparenz im gesamten Projekt wurden die neuen Funktionen und Abläufe schnell erlernt und auf Qualität geprüft. Das System ist einsatzbereit und die ersten Daten-Selektionen über die PowerSearch wurden gemeinsam durchgeführt.

„Das erste Ziel auf dem Weg zur Marketing Automation bei den Stadtwerken war, sich auf globaler Ebene mit der Datenmenge zu beschäftigen. Da niemand bei SWS einen Überblick über die verschiedenen Datensilos hatte, war das notwendig. Den Ist-Zustand quasi spielerisch zu analysieren ist jetzt möglich und es können Maßnahmen zur Verbesserung der Datenqualität ergriffen werden.“

fasste Michael Ochtrup, Principal Consultant bei communicate, zusammen.

Verfügbare Daten mit hohem Unternehmenswert

Ein wichtiger Meilenstein für Marketing und Vertrieb ist erreicht. Die neue infuniq CDM-Plattform eröffnet den Stadtwerken sowohl Geschäftschancen als auch Einsparpotentiale. So müssen inaktive Gaszählpunkte, für die kein Vertrag existiert, nicht mehr gewartet werden. Nun gilt es, Datenselektionen zu konsolidieren und weiter Data Mining zu betreiben. Beispielsweise müssen für die Störfallhistorie die Systemmeldungen über Störungen mit dem Kundenprofil verknüpft sein, um die Betroffenen gezielt informieren zu können. Der eigentliche Business Value liegt in der Konsolidierung dieser Daten und wird dann realisiert, wenn ein Marketing Automation Tool implementiert wird.

Grafik folgt

Möglicher
Screenshot
der Website

1

Möglicher
Screenshot
der Website

2

1. Startseite
2. Seitentyp 1
3. Seitentyp 2
4. Seitentyp 3

Möglicher
Screenshot
der Website

3

Möglicher
Screenshot
der Website

4