

Die hohe Kunst der Kundenkommunikation



In Böblingen gibt es zurzeit viele Baustellen und im Verlauf des Jahres 2017 werden noch weitere dazukommen. Da ist es wichtig, gegenüber Bürgern wie Kunden gut zu kommunizieren, um Verärgerung soweit wie möglich zu vermeiden.

Zwei Beispiele für Baustellen will ich etwas genauer betrachten: Die Baustelle Fernwärmenetz und die Baustelle Mineraltherme.

Baustelle Fernwärme

Die Stadtwerke Böblingen sind derzeit an verschiedenen Stellen in der Stadt unterwegs, graben Straßen auf und verlegen neue Leitungen zur Ertüchtigung des Fernwärmenetzes. Gegenüber dem Gemeinderat und im Rahmen einer Podiumsdiskussion Anfang Februar erklärten die Stadtwerke, dass dies nötig sei, um das Netz, das sich in einem sehr, sehr schlechten Zustand befindet, zu sanieren. Schade nur, dass diese Kommunikation im Nachhinein erfolgte und erst zu einem Zeitpunkt, als die Verärgerung der Kunden bereits groß war über zwei Preiserhöhungsrunden für die rund 10.000 Fernwärmekunden in der Stadt.

In zwei Stufen wurde der Grundpreis für viele Kunden faktisch versechsfacht. In der zweiten Runde erfolgte gleichzeitig eine Preissenkung beim Verbrauchspreis und die Einführung eines neuen Preismodells, das Gewinner und Verlierer produzierte. Verlierer waren Kunden in Ein- und Zweifamilienhäusern und im Ergebnis bei diesen Kunden eine massive Verärgerung, weil aufgrund des bestehenden Anschlusszwangs keine Möglichkeit besteht, den Anbieter zu wechseln. Unabhängig von der Frage, ob die neue Preisstruktur notwendig und angemessen ist (das prüft derzeit die Kartellbehörde), geht es um die Frage, wie solche Themen kommuniziert werden: Die Kunden haben von der Preiserhöhung aus der Zeitung erfahren. In einem Schreiben der Stadtwerke, das die Kunden später erreichte, wurden in einem schön gestalteten Informationsblatt Antworten auf viele Fragen gegeben. Nicht eingegangen wurde aber auf die Frage, warum eine solch drastische Preiserhöhung notwendig ist. Anstatt im Nachhinein dem Ärger der betroffenen Kunden zu begegnen, wäre es unabdingbar gewesen, dass die Stadtwerke vorab bereits selbst Antworten geben auf Fragen wie diese: Wie ist der Zustand des Netzes? Welche Untersuchungen wurden vorgenommen? Welche Erkenntnisse zu



Baustelle Mineraltherme

einzelnen Schwachstellen haben sich daraus ergeben? Wie gedenkt man, die untersuchten Schwachstellen zu beseitigen? Gerade weil die Kunden dem Anschlusszwang unterliegen, müssen die Fakten auf den Tisch. Dies haben die Stadtwerke bisher versäumt.

Baustelle Mineraltherme

Seit 1989 gibt es die Mineraltherme am Hexenbuckel. Die Therme hat sich über die Jahre zu einem Publikumsmagneten entwickelt. 450.000 Besucher pro Jahr unterstreichen das, trotz starker Konkurrenz in der Region. Immer wieder wurde in den vergangenen Jahren in die Therme investiert, um das Angebot auf dem aktuellen Stand zu halten. Über mehrere Erweiterungen wurde das

Angebot kontinuierlich ausgebaut und für die Kunden attraktiver gestaltet. Mit der jüngst abgeschlossenen Umgestaltung der Thermalbadkreuzung bietet sich eine weitere Gelegenheit, das bestehende Konzept zu ergänzen und zusätzliche Parkplätze zu schaffen. Wer die Stuttgarter Straße entlang fährt, kann sich ein Bild machen vom Baufortschritt, der in den vergangenen Wochen und Monaten bei laufendem Betrieb vorgenommen wurde. Der Abschluss der Baumaßnahmen wird nun in einer Schließzeit von Anfang April bis Mitte Juli 2017 vorgenommen. Weder die Beeinträchtigung des Badevergnügens durch die laufenden Baumaßnahmen noch die Schließzeit gefallen den Besuchern. Mit guter Kommunikation ist es aber gelungen, die Verärgerung in sehr überschau-

barem Rahmen zu halten. Es gibt einen regelmäßigen Newsletter, es gibt eine regelmäßig erscheinende Kundenzeitschrift, es gibt eine vorausschauende Öffentlichkeitsarbeit, in der umfassend und zeitnah über aktuelle Entwicklungen informiert wird. Die Informationen kommen rechtzeitig an und sorgen für Transparenz.

Der Vergleich der beiden Beispiele zeigt, was die Experten für die Fernwärme bei den Stadtwerken besser machen können: Umfassende Transparenz, Offensive statt Defensive sind die Gebote der Stunde. Frontstellungen sind nicht hilfreich, das Vertrauen der Kunden muss zurückgewonnen werden, was schwer genug sein dürfte. Die Information könnte z. B. erfolgen in Form eines Newsletters (zu dem man sich zwar derzeit schon anmelden kann, der aber nur sehr unregelmäßig erscheint), einer aktuellen Kundenzeitschrift, Informationsveranstaltungen vor Ort. Das böte auch die Chance, immer wieder darauf hinzuweisen, welche Vorteile Kunden haben, die Fernwärme beziehen. Ganz zu schweigen von der ökologischen Dimension, die mit dieser Form der Energieversorgung verbunden ist.

Peter Grotz
CDU-Fraktion
peter.grotz@stadtrat-boeblingen.de

► Die Seiten der Fraktionen

Auf den Seiten „Meinungen aus den Fraktionen“ kommen alle vier Wochen die im Gemeinderat der Großen Kreisstadt Böblingen vertretenen Fraktionen und Gruppen zu Wort.

Für den Inhalt der einzelnen Beiträge auf diesen Seiten sind diese selbst verantwortlich.