UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Smart Meter-Rollout:
Das müssen Sie jetzt wissen

trurnit

Die Herausforderungen

1. Der Begriff Smart Meter wird in Deutschland anders eingesetzt als in anderen europäischen Ländern. Er schließt für uns den Einsatz digitaler Technik beim Messen von Energieverbräuchen und der Netzsteuerung mit ein.
2. In Nachbarländern wie Italien, Frankreich oder Schweden gibt es bereits seit Jahren technische Messeinrichtungen, die den Namen Smart Meter tragen. Diese haben aber wenig gemeinsam mit dem, was in Deutschland jetzt Schritt für Schritt eingeführt wird.
3. Der Nutzen der neuen digitalen Technik ist für verschiedene Verbrauchergruppen sehr unterschiedlich.
4. Der Rahmen, den der Gesetzgeber vorgibt, ist neu und für den Laien nur schwer verständlich.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, brauchen Sie eine fein justierte Kommunikation: abgestimmt auf die individuelle Rollout-Strategie im jeweiligen Verteilnetz und abgestimmt auf die Verbraucher dort.

Die Chance

Der zeitliche Vorsprung, den der Gesetzgeber den Verteilnetzbetreibern beim flächendeckenden Einbau von digitalen Zählern gewährt, kann zum Vorteil werden. Und zwar dann, wenn es Ihnen gelingt, möglichst viele Kunden als grundzuständiger Messstellenbetreiber von sich zu überzeugen.
Der Wettbewerb um die Messstellenkunden nimmt gerade erst Fahrt auf. Wenn Sie sich jetzt mit wirkungsvoller Kommunikation die Pole Position sichern, gewinnen Sie als grundzuständiger Messstellenbetreiber das „Rennen um den Messstellenkunden“ und die Kundenbindung.

Auf der reinen Prozessseite gibt der Gesetzgeber den grundzuständigen Messstellenbetreibern enge Vorschriften, wer was wann wem zu sagen hat. Darüber gibt Ihnen dieses Papier einen Überblick. Und es zeigt Ihnen, wieso es sich lohnt, mehr als nur Ihre Kommunikationspflicht zu erfüllen.

© trurnit GmbH 2017

Wichtige Begriffe

Moderne Messeinrichtung:
Eine moderne Messeinrichtung ist schlicht ein digitaler Stromzähler. Dieser speichert die Daten 24 Monate, übermittelt diese aber nicht nach draußen. Abgelesen wird wie bisher: vom Verbraucher selbst oder durch eine beauftragte Person des Messstellenbetreibers. Möglich ist allerdings die Aufrüstung des digitalen Zählers mit einem Smart Meter-Gateway. Dann wird er zum intelligenten Messsystem.

smart (engl.) – intelligent, clever
meter (engl.) – Zähler, Messuhr

Ein **intelligentes Messsystem** ist eine moderne Messeinrichtung, die in ein Kommunikationsnetz eingebunden ist (§ 2 Nr. 7 MsbG). Es besteht aus zwei Komponenten: Ein Teil ist die moderne Messeinrichtung, die Verbrauchsdaten digital erfasst. Der zweite Teil ist eine Kommunikationseinheit, das sogenannte Smart Meter-Gateway. Weil moderne Messeinrichtung und Gateway zwei voneinander getrennte Geräte sind, ist dieses System besser gegen Hacker-Angriffe geschützt. Zudem können mehrere digitale Zähler an ein Gateway angeschlossen werden – gerade in Einheiten mit vielen Nutzern ist das sinnvoll.

Genau genommen ist der Begriff **Smart Meter** in Deutschland nicht korrekt. International wird er verwendet für eine moderne Messeinrichtung, in die bereits ab Werk ein integrierter Smart Meter-Gateway fest verbaut ist. In Deutschland werden diese Geräte nicht eingebaut, sondern zwei unabhängige Geräte (moderne Messeinrichtung + Gateway). Das erhöht zum einen die Flexibilität. Zum anderen lässt sich auf diese Weise ein deutlich höheres Maß an Datenschutz realisieren.

trurnit

Der Ausgangspunkt

Bis zum Jahr 2032 werden die Stromzähler in Deutschland digital. Mit diesem sogenannten Smart Meter-Rollout geht die Energiewende in eine neue Phase. Damit das Potenzial an erneuerbar erzeugtem Strom in Deutschland auch bestmöglich genutzt werden kann, brauchen Netzbetreiber aktuelle Informationen über Einspeisung und Abnahme von Energie. Dabei helfen auf Verbraucherseite intelligente Messsysteme. Im ersten Schritt werden zunächst große Stromabnehmer und Einspeiser damit ausgestattet. Bei den meisten Privatkunden bleibt es bei einer Vorstufe, sie erhalten lediglich eine moderne Messeinrichtung, die Verbräuche digital erfasst und speichert.

Je nach Struktur im Netzgebiet, Anzahl der Erneuerbare-Energien-Anlagen oder geografischen Gegebenheiten entwickelt jeder Netz- bzw. Messstellenbetreiber eine eigene Rollout-Strategie. Zudem überlässt der Gesetzgeber ihm die Entscheidung, ob im ersten Schritt bis 2020 lediglich 10 Prozent digitale Zähler verbaut werden oder der sogenannte Full-Rollout realisiert wird. Das heißt auch, dass grundzuständige Messstellenbetreiber nur bedingt auf Musterkommunikation zurückgreifen können.

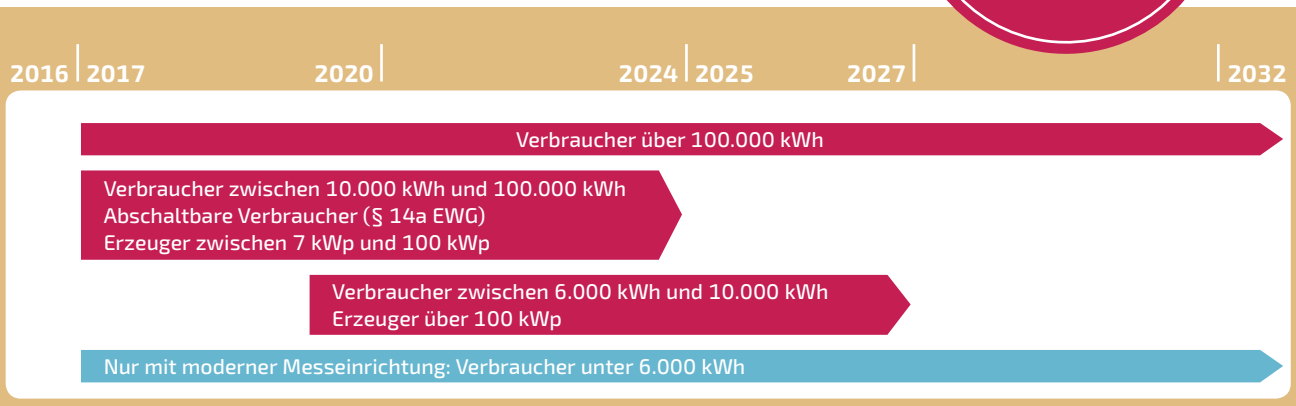
Je nach Verbrauchs- oder Einspeisefall erhalten folgende Messstellenkunden digitale Zähler:

Das schreibt der Gesetzgeber vor

Mindestens 6 Monate vorher: Veröffentlichung von Informationen über den Umfang, Standardleistungen und mögliche Zusatzleistungen inklusive Preisblätter.

Mindestens 3 Monate vorher: Anschreiben an die betroffenen Anschlussnutzer oder Anlagenbetreiber, die eine neue Messeinrichtung erhalten werden, inklusive einem Verweis auf die freie Anbieterwahl.

Merke:
Einbau intelligenter Messsysteme beginnt, sobald drei zertifizierte Geräte zur Verfügung stehen.



Ab 2018 optional ist der Einbau eines intelligenten Messsystems für Neuerzeuger ab 1 kWp.

Ab 2020 optional ist der Einbau eines intelligenten Messsystems für Verbraucher unter 6.000 kWh.

LEGENDE

Intelligentes Messsystem

Moderne Messeinrichtung

© trurnit GmbH 2017

trurnit

Die Konfliktfelder

Bekanntheit: Smart Wer?

Die Energiewirtschaft beschäftigt sich seit Langem intensiv mit der Digitalisierung der Energiewende. Der Verbraucher nicht! Umfragen zeigen: Die wenigsten wissen, was ein Smart Meter ist. Geschweige denn, ein intelligentes Messsystem, eine moderne Messeinrichtung oder der Unterschied zwischen den beiden. Und es interessiert sie eigentlich auch nicht.

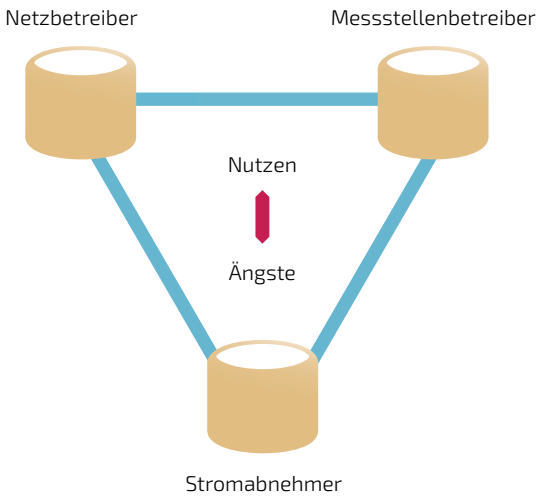
Für die Kommunikation heißt das: Sie wollen etwas von Ihrem Kunden (Zutritt zum Zählerschrank). Und Sie wollen dafür Geld (und zwar mehr als vorher). Ihr Kunde wiederum hat im besten Fall Vertrauen zu Ihnen und lässt Sie herein, physisch und finanziell. Im schlechten Fall stellt er sich einfach quer. Ein klassischer Zielkonflikt.

Akzeptanz: der gläserne Kunde

Zielkonflikte sind solche, in denen sich die Absichten der verschiedenen Akteure gegenüberstehen. Überspitzt: Verteilnetzbetreiber wollen Daten, der Verbraucher will seine Daten schützen. Er hat die (unbegründete) Angst davor, zum gläsernen Kunden zu werden. Kommunikation kann, ja muss hier Brücken bauen, damit die Generationenaufgabe Energiewende gelingen kann.

Nutzen: unterschiedlich

Die Digitalisierung der Energiewende ist nicht nur eine organisatorische Herkulesaufgabe, sondern auch eine kommunikative: 40 Millionen Zähler müssen getauscht werden, die meisten Verbraucher in Deutschland werden lediglich eine moderne Messeinrichtung erhalten. Sprich: einen digitalen Zähler, der exakt das misst, was der altbekannte schwarze Kasten im Keller seit Jahren zuverlässig tut. Die erfassten Verbräuche werden zwar gespeichert, jedoch nicht übertragen oder in einer schnittigen App dargestellt. Damit ist die Gestaltung neuer Tarife, die flexibel auf die Strombörse und das dortige Angebot an Ökostrom reagieren, für Privatkunden mit moderner Messeinrichtung aktuell nicht möglich. Realistisch ist dies nur für Kunden mit intelligenten Messsystemen: große Verbraucher mit einer jährlichen Stromabnahme über 6.000 kWh und Einspeiser mit einer Erzeugungsleistung ab 7 kWp.



Zielkonflikt beim Smart Meter-Rollout

© trurnit GmbH 2017

Groß ist der Nutzen für den Netzbetreiber – vor allem in Gebieten mit viel Stromeinspeisung aus Fotovoltaik.

Der Unternehmenskommunikation sollte es im besten Fall gelingen, trotz sehr unterschiedlichem Nutzen Akzeptanz zu schaffen und Vorteile für die Allgemeinheit aufzuzeigen. Das baut Abwehrhaltungen ab.

Das Imageplus

Positionierungschance Smart Meter

Deutschland steht vor einem entscheidenden Schritt für die Energiewende: Mit dem flächendeckenden Einbau intelligenter Messsysteme rücken Smart Grids, die Netze der Zukunft, in greifbare Nähe. Der Rollout birgt dabei die Chance, dass sich Unternehmen in der öffentlichen Wahrnehmung unentbehrlich für ihren Standort machen. Über die Kommunikation lässt sich die Kompetenz, das Know-how und die Erfahrung über die individuelle Beschaffenheit der Region, die ein Netzbetreiber hat, in die Öffentlichkeit transportieren. So wird die Pflicht des Einbaus zur Kür der Kommunikation– eine echte Positionierungschance.

Kommunikation so individuell wie Ihr Unternehmen

Damit die Positionierung gelingt, bedarf es einer guten Bestandsaufnahme: Welche Ziele werden beim Betrieb der Energienetze verfolgt? Auf welche Gruppe zielt die Einbaustrategie ab? Und weshalb? Was macht das Unternehmen bereits für die Energiewende? Wo und aus welchem Antrieb? Sind diese Fragen geklärt, kann die Kommunika-tionsstrategie ideal auf diese Rahmenbedingungen abgestimmt und umgesetzt werden.

Checkliste **Rollout:** ✓

- ○ Anschreiben
- ○ Häufigste Fragen zur individuellen Rollout-Strategie für die Homepage
- ○ Corporate Wording für Mitarbeiter
- ○ Pressemitteilungen
- ○ Zusätzliche Information für spezielle Zielgruppen (Broschüren, Flyer, Events)
- ○ Infoblatt zum Messsystem nach erfolgtem Einbau
- ○ Textbausteine für Ihre Homepage
- ○ Landingpage, Onepager zum Rollout
- ○ Simple-Show, Erklärvideo

© trurnit GmbH 2017

trurnit

3 Tipps für die Kommunikation:

1.

Kommunizieren Sie zielgruppengerecht und versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Kunden

Die Verbrauchergruppen beim Smart Meter-Rollout sind sehr unterschiedlich. Versetzen Sie sich daher in die Lage der Angesprochenen – bevor Sie Ihre Kommunikationsmaßnahmen umsetzen. Kommunizieren Sie zielgruppengerecht und beziehen Sie mögliche Vorbehalte – vor allem bei den Privatkunden– mit ein.

2.

Kommunizieren Sie als kompetenter und verantwortlicher Akteur

Sehen Sie die Chancen des Smart Meter-Rollouts und übernehmen Sie Verantwortung für Ihre Aufgabe – auch in Ihrer Kommunikation gegenüber dem Verbraucher. Lassen Sie sich nicht in die Rolle als Erfüllungsgehilfe gesetzlicher Vorgaben drängen. Stellen Sie vielmehr die Vorgaben, die der Gesetzgeber definiert hat, als wertvolle Orientierungshilfe dar – nicht als Einschränkung. Verstehen Sie den gesetzlichen Rahmen als Spielraum, den Sie aktiv und kompetent gestalten, und kommunizieren Sie das auch so. Das schafft Vertrauen bei Ihren Kunden und hilft Ihnen, diese zu gewinnen und zu binden.

3.

Kommunizieren Sie als Experte und Übersetzer

Ihre Kunden erwarten zu Recht von Ihnen, dass Sie der Fachmann beim Thema Smart Meter sind. Im operativen Bereich sind Ihre Expertise und Ihr Know-how gefragt, in der Kommunikation Ihr Können und Geschick, Komplexes einfach und verständlich auszudrücken und zu erklären.

Hier gilt:

- Übersetzen Sie Fachdeutsch in „Normaldeutsch“: Erklären Sie Fachausdrücke oder benutzen Sie stattdessen allgemein verständliche Begriffe. Verwenden Sie generell einfache Worte, kurze Sätze und kleine Absätze.
- Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche: Sagen Sie Ihren Kunden das, was diese wissen müssen, und erklären Sie wichtige Sachverhalte genau und ausführlich.
- Lassen Sie alles Unwichtige weg: Überfordern Sie Ihre Kunden nicht mit technischen Details. Sie lenken vom Wesentlichen ab und können sie verwirren.
- Gliedern Sie Inhalte klar und logisch: So helfen Sie Ihren Kunden schnell zu verstehen, worum es geht.

© trurnit GmbH 2017

trurnit

Ihr Partner bei Ihrem **Smart Meter-Rollout**

trurnit unterstützt Sie bei Ihrer passgenauen Kommunikation.

- Es gibt vielfache Möglichkeiten, den Smart Meter-Rollout zu gestalten – wir richten Ihre Kommunikation auf Ihre Lösung aus.
- Gemeinsam entwickeln wir ein passendes Kommunikationskonzept.
- Wir unterstützen Sie operativ bei allen Maßnahmen – von Korrespondenz über FAQs und PR bis zur eigenen Landingpage.

Für Sie da – Ihr Ansprechpartner rund um die Kommunikation des Smart Meter-Rollouts

André Link
Geschäftsleitung

trurnit GmbH

link.andre@trurnit.de

T +49 89 629893-712
F +49 89 629893-310

www.trurnit.de

trurnit

© trurnit GmbH 2017