



Oben: Der Kundenservice der WVG und WOB COM hat auf jede Frage eine Antwort. Unten: Nadine Schartner an einem Touchscreen für das Ticketsystem.



David Meinecke, Teamleiter Hausanschlüsse, berät Sie gern.



Unten: Am Schalter der LSW erhalten Kunden kompetente Beratung.



► der sie wollen. Zum Beispiel zur LSW oder zu einer der Stadtwerketöchter WVG, WOB COM oder der Wolfsburger Energieagentur (WEA). Im Anschluss bestimmen sie das Anliegen, beispielsweise eine Energieberatung, und bekommen eine Ticketnummer, die dann im Wartebereich aufgerufen wird. Auf diesem Weg erreichen wir unser Ziel, jeden Kunden schnellstmöglich mit dem passenden Spezialisten zusammenzubringen. Und: Durch die digitalisierte Führung können wir Engpässen entgegensteuern, damit keine längeren Wartezeiten entstehen. Wir haben einen sehr hohen Anspruch an unser Servicelevel: Kein Kunde soll länger als fünf Minuten warten. Bei etwa 80 Prozent aller Kundenbesuche halten wir diese Vorgabe. Darauf können wir stolz sein.“

### Gewünscht: Individuelle Beratung

Apropos Energieberatung. Haben sich die Anliegen verändert? „Definitiv, die Fragen sind komplexer geworden. Es geht nicht nur um ein singuläres Thema, beispielsweise eine PV-Anlage oder eine Wallbox. Die Kunden wünschen Beratung zu einem modernen Smart-Home mit klimaschonendem Heizsystem. Wie kann ich eine PV-Anlage mit einer

Wärmepumpe und Wallbox kombinieren? Lohnt sich das für mich? Zudem sollen wir sie durch den Förderdschungel lotsen, der sich ständig wandelt. Den Durchblick verschaffen wir gemeinsam mit der WEA, so gut wir es können. Dafür müssen auch wir uns auf Stand halten und ständig fortbilden“, sagt Peter Dietz.

### Fels in der Brandung

„Es gibt noch weitere Gründe, warum wir zurzeit so gefragt sind“, berichtet Nadine Schartner. „Die LSW ist sehr gut durch die Energiekrise gekommen. Dank unserer guten Einkaufspolitik beispielsweise im Stromsegment waren unsere Kunden von den Energiepreisbremsen gering betroffen. Der Arbeitspreis für Bestandskunden lag unterhalb der angesetzten 40 Cent pro Kilowattstunde. So konnten wir Kunden nicht nur halten, sondern auch viele dazugewinnen. Zudem bietet die Digitalisierung unseren



» Kein Kunde vor Ort soll länger als fünf Minuten warten. Bei 80 Prozent aller Besuche halten wir diese Vorgabe. Darauf können wir stolz sein. «

Christian Klose, Leiter Kundenservice bei der LSW

Kunden viel mehr Möglichkeiten, mit uns in Kontakt zu treten. Schnell das Smartphone zücken und eine E-Mail von unterwegs schreiben – kein Problem heutzutage. Aktuell kämpfen wir mit einem ungewöhnlich hohen Telefonaufkommen und einer ‚E-Mail-Flut‘. Doch mithilfe von Telefondienstleistern und einer Texterkennungssoftware identifizieren wir Schlagwörter in den E-Mails und Anschreiben und leiten sie gleich den passenden Mitarbeitern zu.“ „Dadurch verkürzen wir die Reaktionszeit auf Anfragen und erhöhen die Kundenzufriedenheit. Genau so soll es sein. Und wer doch lieber ein persönliches Gespräch wünscht, soll im Kundenservice vorbeischauchen. Wir heißen Sie mit offenen Armen herzlich willkommen“, sagt Christian Klose mit einem Lächeln.

Kundenzufriedenheit. Genau so soll es sein. Und wer doch lieber ein persönliches Gespräch wünscht, soll im Kundenservice vorbeischauchen. Wir heißen Sie mit offenen Armen herzlich willkommen“, sagt Christian Klose mit einem Lächeln.