



Wolfgang Woyke

Aspekte eines Kundenblogs in der Energiewirtschaft

120 Digital Business Transformation – Open Innovation, neue Geschäftsmodelle, Produktivitätssprünge und neue Arbeitsformen im digitalen Zeitalter

Abstract

In Kooperation mit einem Energieversorgungsunternehmen entwickelten Studierende die Inhalte für einen Energiesparblog, die im Blog des Unternehmens veröffentlicht wurden. Das Projekt zeigt sehr eindrücklich, dass sich eine große Bandbreite an Möglichkeiten aufspannt, um die Kommunikationsform, die fachlichen Inhalte und die Präsentationsmittel zu gestalten. Abstrakte Begriffe wie Energie, Leistung und vermiedene Emissionen lassen sich sehr anschaulich und ansprechend darstellen. In der Entwicklung der Blogbeiträge erwies es sich als sehr nützlich, die Ideen und Methoden des Blogs in der Veranstaltung „Lange Nacht der Forschung“ zunächst im direkten Kundenkontakt zu erproben. Die direkte Kommunikation mit einem unvoreingenommenen Publikum sorgte für viele Anregungen und Ideen, aus denen die Blogbeiträge entwickelt wurden. Während in die ersten Blogbeiträge noch viel Begeisterung und Aufwand investiert wurde, um ihnen eine persönliche Note zu geben, spezielle Tests ausgeführt wurden und persönliche Bilder einen direkten Bezug zu den Autoren herstellten, lässt dies bei den späteren Blogbeiträgen doch deutlich nach. Dies erklärt, dass die Resonanz mit den späteren Blogbeiträgen deutlich abnimmt. Unabhängig davon wurden verschiedene Ansätze der Kundenkommunikation ausgeführt und erprobt. Durch die Hochrechnung der Einsparpotenziale einzelner Vorgänge auf Jahreswerte, die Abbildung in vermiedene Emissionsmengen von Treibhausgasen und die Darstellung als eingesparte Kosten werden die Potenziale in nachvollziehbaren Größen dargestellt und transparente Bezugsgrößen abgeleitet. Durch eine jugendsprachliche Kommunikationsebene und ansprechende Bilder wird eine ausgewogene Kommunikation zwischen Autoren und Lesern erreicht, die dem Medium angemessen ist. Die Untersuchungen im Labor und die Recherchen im INTERNET wecken das Interesse für die Beschäftigung mit dem ansonsten nur sehr schwer vermittelbaren Thema „Energiesparen“ und animieren die Leser des Blogs, in einen Dialog einzutreten.

Keywords:

Energiesparen, Energiewirtschaft; Blog; Nachhaltigkeit; Unternehmenskommunikation

Das Dilemma von Energieversorgungsunternehmen beim Thema Energiesparen

Das Thema Energiesparen ist zentraler Bestandteil von staatlichen Energie- und Klimaschutzprogrammen und Unternehmensstrategien der Privat- und Gemeinwirtschaft. Neben den Marktmechanismen eines klassischen ökonomischen Liberalismus spielt in moralischer Hinsicht auch die gerechte Verteilung der Risiken und Beeinträchtigungen der Bürger eine entscheidende Rolle. Besondere Probleme wirft in dieser Hinsicht der durch die Emission von Treibhausgasen hervorgerufene anthropogene Treibhauseffekt auf, der für alle Länder unabhängig von ihrem Anteil an den Treibhausgasemissionen Risiken birgt. (Streffler et al.2005).

Gemeinhin wird Energiesparen aus Sicht der Bürger daher nach drei Kriterien quantitativ bewertet, der physikalisch bemessenen eingesparten Energiemenge, den eingesparten Kosten und den vermiedenen Emissionen von Treibhausgasen.

Aus Sicht eines EVU scheint es sich in einem Dilemma zu befinden. Einerseits sollte es sein Produkt Energie mit dem Ziel bewerben, den Umsatz zu steigern, andererseits wird es dazu verpflichtet, seine Kunden beim sparsamen Umgang mit Energie zu unterstützen. Deshalb richten viele EVU ihre Unternehmensstrategie daraufhin aus, das Produkt selbst weiter zu differenzieren und neue Dienstleistungsangebote zu entwickeln. (Madlener 2016)

Eine besondere Herausforderung stellt es dabei dar, diese komplexen Zusammenhänge in der Kommunikation mit dem Kunden darzustellen und das gewachsene gute Vertrauensverhältnis weiter auszubauen (Matzner 1026).

Die Projektidee „EnergiesparBlog“ für die Kooperation zwischen EVU und Hochschule

Zusammen mit einem großen deutschen EVU entwickelte die Fachhochschule Kufstein Tirol (FhK) ein Projekt zur Nutzung sozialer Medien in einem EnergiesparBlog. Das EVU stellte seinen INTERNET-Auftritt „frag-eon“ zur Verfügung, bereicherte die Diskussion mit seinem Branchenwissen und sorgte für ein professionelles Layout. FhK integrierte das Projekt in die Lehrveranstaltung „Praxisprojekt“ des Bachelorstudiengangs „Europäische Energiewirtschaft“. Unter Leitung von Prof.(FH) Dr.-Ing. Wolfgang Woyke wurde ein Konzept zur Strukturierung des Blogs entwickelt und der Blog selbst über einen Zeitraum von drei Monaten mit Inhalten befüllt.

Es war das gemeinsame Verständnis beider Partner, dass die Studierenden möglichst authentisch wirken sollen. Deshalb wurden die Beiträge von den Studierenden weitestgehend ohne Beeinflussung der Partner entwickelt. Es sollte ein legerer jugendlicher Sprachstil zur Anwendung kommen und die persönliche Lebenssituation der Studierenden den Hintergrund der Bewertung liefern. Das EVU forderte Inhalte für insgesamt zehn Blogbeiträge, die in einem Zyklus von zwei Wochen publiziert wurden. Um diesen Forderungen nachkommen zu können, installierte FhK eine interne Projektstruktur. Die inhaltlichen Beiträge wurden von Kommunikationsexperten des EVU vor der Veröffentlichung redigiert und mit ansprechenden Einstiegsbildern ergänzt.

In einem ersten Blogbeitrag werden als Einstieg die Projektidee, die Intention und die Studierenden selbst vorgestellt. Im zehnten und abschließenden Blogbeitrag werden als Pendant dazu die Ergebnisse zusammengefasst. Acht Blogbeiträge sind thematisch geordnet. Die Titel lauten folgendermaßen: (Feichtinger et al., 2016)

Nr. 1: Wir stellen uns vor, der E.ON EnergiesparBlog und die Autoren.

Nr. 2: Volle Power oder halbe Leistung - wie sauge ich eigentlich richtig (effizient)?

- Nr. 3: Stand-By oder Ausschalten - wie spare ich richtig Energie?
- Nr. 4: Pasta, schnell und günstig! Wie koche ich effizient?
- Nr. 5: Rendezvous - oder wie es bei uns Männern heißt: Washtag
- Nr. 6: Lebenselixier Kaffee - wie viel Strom verbraucht eigentlich eine Tasse?
- Nr. 7: Kühlschrank - wie viel Strom (fr)isst er?
- Nr. 8: Wassersparen beim Duschen - so einfach geht's!
- Nr. 9: Es werde Licht, von Glühbirnen und LEDs - Wie viel Energie spart der Umstieg?
- Nr. 10: Haushalt – wie viel Energie spart man insgesamt?

Die Methodik zur Entwicklung der Bloginhalte

Zur Durchführung von Versuchen stand den Studierenden das Labor der FhK zur Verfügung. Sie erhielten einen Messkoffer, mit dem Leistungsmittelwerte in einem Zeitraster von zehn Sekunden aufgezeichnet werden können. Damit lassen sich detaillierte Analysen von Haushaltsgeräten durchführen. Es wurde insbesondere dazu verwendet, eine Bewertung des Energieverbrauchs von Staubsaugern unter verschiedenen Randbedingungen wie Verschmutzungsgrad, Bodenbeschaffenheit und Leistungsdrosselung des Motors zu bestimmen.

Für Untersuchungen von Anwendungen, die sich über mehrere Stunden erstrecken, stand ein Energiemessgerät bereit. Es eignete sich insbesondere für die Bestimmung kleiner Leistungsgrößen wie zur Bestimmung von Verlusten durch Stand-By.

Die Durchführung der Tests erfordert Sorgfalt und technisches Verständnis. Andererseits weckt sie aber auch Forschergeist und Neugier, sich mit den Begriffen Leistung und Energie auseinander zu setzen, die sich nicht von selbst erschließen. Sie sind damit auch ein guter Ausgangspunkt, Engagement für das Thema Stromsparen zu entwickeln.

Zusätzliche Quellen lassen sich durch Recherche in Literatur und INTERNET erschließen. Nahezu jedes EVU, viele öffentliche und private Einrichtungen bieten Energiespartipps an. Von fachlich meist guter Qualität finden sie aber oftmals kaum Anklang (Bartels 2016).

Die Energieeinsparung ist für sich selbst betrachtet keine technisch oder physikalisch definierte Größe. Sie muss daher für jede Anwendung geeignet eingegrenzt werden. Als Einsparung wird hier die Differenz zwischen einem „optimierten“ Verhalten und einem „gewöhnlichen“ Verhalten verstanden. Diese Festlegung ist ebenso wie das Thema Energiesparen selbst bereits so im Bewusstsein der Öffentlichkeit verwurzelt, dass es weder im Blog selbst erwähnt noch von den Lesern des Blogs thematisiert wurde.

Eine weitere, intrinsisch vorhandene Vorgehensweise ist es, die Energieeinsparung auf den Zeitraum von einem Jahr hoch zu skalieren. Dies ist üblich und erlaubt es, diese Größen im Sinne von allgemein gültigen Zielwerten zu vergleichen.

Neben der physikalischen Bemessung, die technisch in den Einheiten „Wh“ bzw. „kWh“ ausgedrückt wird, werden die Einsparungen auch in Geldwährung umgerechnet. Basis dafür bilden aktuelle Endverbraucherpreise. Ein drittes Bewertungskriterium stellt die Vermeidung der Emission von Treibhausgasen dar. Stellvertretend wird dafür die Vermeidung von Energieerzeugung mit einer gemittelten spezifischen Last an Treibhausgasen herangezogen.

Um Sprache und Argumentationsweise mit Kunden im direkten Dialog testen und einüben zu können, wurde ein Testaufbau im Rahmen der Veranstaltung „Die Lange Nacht der Forschung“ an der FH Kufstein mit interessierten Laien durchgeführt. Die richtige Einstellung der Saugleistung beim Staubsaugen, seine Auswirkung auf den Arbeitsaufwand und seine Energieeffizienz konnte mithilfe eines Messgeräts vor Ort bestimmt, kommuniziert und erläutert werden.

Mithilfe dieser Methodik wurden die Inhalte der Blogbeiträge entwickelt und formuliert. Neben der sprachlichen Ausarbeitung wurden Tabellen und Grafiken angefertigt. Bilder zu diesen Vorarbeiten ergänzen die Dokumentation und sorgen dafür, ein persönliches Vertrauensverhältnis zwischen Autor und Leser des Blogs aufzubauen.

Der Betrieb und die Resonanz auf den EnergiesparBlog

Für registrierte Leser war die Möglichkeit eines Freitextkommentars und einer Bewertung mit den Prädikaten „Hochinteressant“, „Interessant“, „ok“, „Nicht so interessant“ und „Uninteressant“ gegeben. Wie die in Tabelle 1 dargestellten Zahlen dieser Resonanz zeigen, ist das Ergebnis positiv. Erfreulicherweise gab es keine kritischen oder gar ablehnenden Stimmen. Allerdings nimmt das Interesse der Leser bei späteren Blogs deutlich ab.

Blogbeitrag	„Hochinteressant“	„Interessant“	„ok“	Kommentare
Nr. 1: Vorstellung	21	5		1
Nr. 2: Staubsaugen	24	3		1
Nr. 3: Stand-by	17	2		
Nr. 4: Nudelkochen	18	3	1	
Nr. 5: Wäschepflege	12	2		
Nr. 6: Kaffeekochen	13	3		
Nr. 7: Kühlschrank	9		3	
Nr. 8: Wassersparen	5	1		
Nr. 9: Beleuchtung	9			
Nr. 10: Einsparpotenzial	5			

Tabelle 1: Resonanz auf die Blogbeiträge im INTERNET

Insgesamt ist die Resonanz nur gering. Man muss allerdings berücksichtigen, dass der Blog nicht durch begleitende Maßnahmen unterstützt oder beworben wurde. Im Fokus des Projekts stand die Entwicklung neuer Inhalte. Es ist durchaus davon auszugehen, dass dieser Blog in naher Zukunft weiter gepflegt wird.

Analyse von Form und Inhalt der Blogbeiträge

Betrachtet man die Kommunikationsebenen, die fachlichen Inhalte und damit verbundenen Präsentationstechniken im Nachhinein, so zeigt sich selbst bei der relativ geringen Anzahl von nur zehn Beiträgen, ein deutlich heterogenes Bild.

Blogbeitrag	Kommunikationsaspekt	Fachlicher Schwerpunkt	Präsentationsmittel
Nr. 1: Vorstellung	Sachlichkeit	Motivation Bewertungskriterien	Gruppenfoto
Nr. 2: Staubsaugen	Jugendsprache, Storytelling	Testbeschreibung Betriebstest	Energiecharts, Laborbilder
Nr. 3: Stand-by	Direkte Ansprache	Vergleichstest Hochrechnung	Leistungscharts
Nr. 4: Nudelkochen	Wortspiel Aufklärende Tipps	Gesamtbetrachtung Benutzerverhalten	Persönliche Bilder, Energiecharts
Nr. 5: Wäschepflege	Jugendsprache Storytelling	Dokumentierte Testbedingungen	Persönliche Bilder, Energiechart
Nr. 6: Kaffeekochen	Direkte Ansprache Storytelling	Dokumentierte Einzelmessungen	Energiechart
Nr. 7: Kühlschrank	Direkte Ansprache	Energie, Leistung, Betriebsdauer	Listen
Nr. 8: Wassersparen	„Anklagend“ Apellativ	Interpretation statistischer Daten	
Nr. 9: Beleuchtung	Historisch aufklärend	Hochrechnung statistischer Daten	Energiechart
Nr. 10: Einsparpotenzial	Direkte Ansprache	Bilanzierung, Sensitivitätsanalyse	Energiechart

Tabelle 2: Qualitätsmerkmale der Bloginhalte

Ein wesentlicher Gesichtspunkt der stilistischen Gestaltung ist das „Storytelling“. Es wird fast jeder Blogbeitrag mit einer Rahmenhandlung eingeleitet, der zur Beschäftigung der Autoren mit dem Blogthema hinführt. Dies schafft einen sehr persönlichen Bezug, der durch Bilder auch untermauert wird. Diese Rahmenhandlung wird aber nach der einführenden Motivation zumeist beendet.

Um Verbindlichkeit herzustellen, wird der Leser direkt angesprochen. Auch wenn das Sprachniveau als Jugendsprache zu charakterisieren ist, bleibt durch ein respektvolles „Sie“ die Distanz gewahrt, da man ja auch den Anspruch auf Objektivität erhebt.

Der Motivation Nachhaltigkeit geschuldet erheben die Blogbeiträge auch einen moralischen Anspruch. Während dies in den meisten Blogbeiträgen nur nebenbei mitschwingt, wird dies im Blogbeitrag „Wassersparen“ sehr deutlich ausgeführt. Hier wächst sich dies fast zur Anklage aus. Es ist in Zweifel zu ziehen, ob dies der Zielrichtung des Blogs insgesamt förderlich ist.

An grafischen Elementen werden Bilder von den Tests, Balkendiagramme für Energie und Leistung und Listen verwendet. Die Bilder sorgen für einen sehr persönlichen Eindruck und stellen einen direkten Bezug zum Leser dar. Die Balkendiagramme und Listen unterstützen die Interpretation der Daten. Im Blogbeitrag „Staubsaugen“ führt eine Reduktion der Leistung zu einem geringeren Energieverbrauch. Er ist ein hervorragendes Beispiel dafür, dass diese Begriffe am konkreten Beispiel transparent veranschaulicht werden können.

Das Mittel der Hochrechnung von einem einzelnen Vorgang wie z.B. dem des Staubsaugens auf den in der Energiewirtschaft üblichen Gesamtverbrauch aller Vorgänge „Staubsaugen“ für ein Kalenderjahr verdeutlicht die Wertigkeit der einzelnen Ergebnisse, die insbesondere im zusammenfassenden letzten Blogbeitrag herausgearbeitet wird. Mit diesen Hochrechnungen ist es dann auch möglich, relevante und plausible Kosteneinsparungen zu ermitteln. Die Bewertung in Form vermiedener Emissionen liefert den Bezug zur Nachhaltigkeit. Dies wird aber nur unterschwellig in den einzelnen Blogbeiträgen ausgeführt.

Die Blogbeiträge verwenden aus fachlicher Sicht verschiedene Ansätze. Ein erster Ansatz, der in vielen anderen Energiespartipps zumeist zum Einsatz kommt ist es, verschiedene Technologien nach ihrem spezifischen Energieverbrauch zu bewerten. Ein gutes Beispiel dafür ist der Blog „Beleuchtung“. Ein zweiter Ansatz liegt in der Untersuchung, inwieweit Verhaltensänderungen im Umgang mit vorhandenen Geräten Auswirkungen auf den Energieverbrauch zeigen. Beispiele sind die Blogbeiträge „Staubsaugen“, „Wäschepflege“ und „Kühlschrank“. Dies erfordert oder ermöglicht eine aktive Anwendung durch den Kunden. In diesen Blogs werden Energiemessgeräte verwendet, um den Energieverbrauch vergleichend zu messen. In einer digitalisierten Energiewirtschaft kann durch Analyse des Leistungsmusters im Gesamtverbrauch der Einzelverbrauch von einzelnen Anwendungen ohne den Aufwand von Messungen und ohne Zusatzkosten ermittelt werden.

Zusammenfassung

In der Entwicklung der Blogbeiträge erwies es sich als sehr nützlich, die Ideen und Methoden des Blogs in der Veranstaltung „Lange Nacht der Forschung“ zunächst im direkten Kundenkontakt zu erproben. Die direkte Kommunikation mit einem unvoreingenommenen Publikum sorgte für viele Anregungen und Ideen, aus denen die Blogbeiträge entwickelt wurden.

Während in die ersten Blogbeiträge noch viel Begeisterung und Aufwand investiert wurde, um ihnen eine persönliche Note zu geben, spezielle Tests ausgeführt wurden und persönliche Bilder einen direkten Bezug zu den Autoren herstellten, lässt dies bei den späteren Blogbeiträgen doch deutlich nach. Dies erklärt, dass die Resonanz mit den späteren Blogbeiträgen deutlich abnimmt.

Unabhängig davon wurden verschiedene Ansätze der Kundenkommunikation ausgeführt und erprobt. Durch die Hochrechnung der Einsparpotenziale einzelner Vorgänge auf Jahreswerte, die Abbildung in vermiedene Emissionsmengen von Treibhausgasen und die Darstellung als eingesparte Kosten werden die Potenziale in nachvollziehbaren Größen dargestellt und transparente Bezugsgrößen abgeleitet.

Durch eine jugendsprachliche Kommunikationsebene und ansprechende Bilder wird eine ausgewogene Kommunikation zwischen Autoren und Lesern erreicht, die dem Medium angemessen ist

(Reichert 2013). Die Untersuchungen im Labor und die Recherchen im INTERNET wecken das Interesse für die Beschäftigung mit dem ansonsten nur sehr schwer vermittelbaren Thema „Energiesparen“ und animieren die Leser des Blogs, in einen Dialog einzutreten.

Literaturverzeichnis

Streffer, C. / Gethmann, C. F. / Heinloth, K. / Rumpff, K. / Witt, A. (2005): Ethische Probleme einer langfristigen globalen Energieversorgung, Berlin, Walter de Gruyter Verlag

Feichtinger, J. / Hausherr, J. / Karell, M. / Neumann, M. / Puecker, C. / Rümmele, J. (2016): E.ON EnergiesparBlog. www.eon.de/frag-eon (15.7.2016)

Reichert, R.(2013): Die Macht der Vielen, Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung, transcript Verlag Bielefeld

Bartels, H. (2016): Durch ganzheitliche Betrachtung nachhaltige Kundenbeziehungen aufbauen, In: Energiewirtschaftliche Tagesfragen 6, 38-41

Madlener, R. (2016): Nach 35 Jahren Reboundforschung: Die Achillesferse der energieeffizienz besser verstehen lernen, In: Energiewirtschaftliche Tagesfragen 8, 8-12

Matzner, U. (2016): Werbetrends im Strommarkt, Der Trend zur Imagewerbung, In: ew – Magazin für die Energiewirtschaft 1, 66-67