

Zeitschrift: bulletin.ch / Electrosuisse
Herausgeber: Electrosuisse
Band: 106 (2015)
Heft: 10

Artikel: Für den liberalisierten Markt gerüstet
Autor: Hüsser, Peter / Kirsch, Christian
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-856722>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Für den liberalisierten Markt gerüstet

Vertriebsmanagement per Cloud-Lösung

Die Nutzung professioneller Vertriebssoftware per Cloud-Lösung («Application Service Providing») bahnt insbesondere kleinen und mittelgrossen Energieversorgern einen Weg, im bislang teilliberalisierten Schweizer Energiemarkt wettbewerbsfähig zu arbeiten – heute und in Zukunft. Ohne grosse Investitionen für eine umfangreiche Systemimplementierung vor Ort sind sie damit in der Lage, Kernaufgaben des Vertriebs wie Angebotsmanagement, Vertragsmanagement und Prognose in der gleichen Qualität und Schnelligkeit abzuwickeln wie grosse Marktplayer.

Peter Hüscher, Christian Kirsch

Bislang dürfen im schweizerischen Strommarkt Grosskunden mit einem Jahresverbrauch von mehr als 100 000 kWh ihren Lieferanten frei wählen. Trotz der noch geltenden Beschränkung bekommen die Elektrizitätsversorger den Wettbewerb schon massiv zu spüren. Wer Kunden halten oder neu hinzugewinnen möchte, muss inzwischen mit spitzen Bleistift rechnen. Aufgaben wie Angebotskalkulation, Prognoseerstellung, Vertragsmanagement und Deckungsbeitragsrechnung gewinnen verstärkt an Bedeutung und verlangen nach professioneller IT-Unterstützung. Während grosse Elektrizitäts-

versorger vielfach bereits spezifische Vertriebssoftware dafür einsetzen, behelfen sich kleine und mittelgrosse EVUs meist noch mit Excel. Das mag im Moment leidlich funktionieren, wird auf mittlere und lange Sicht jedoch nicht ausreichen, denn die Anforderungen steigen stetig. Einerseits nutzen die marktberechtigten Kunden die Chancen des Wettbewerbs immer intensiver und suchen sich neue Lieferanten. Ein Stromversorger, der langfristig erfolgreich sein will, muss deshalb schon heute in der Lage sein, präzise und fundierte Angebote zu legen (Bild 1). Die Zahl der zu erstellenden Angebote

wächst – und parallel der Druck, sie möglichst kurzfristig an Kunden und Interessenten senden zu können. Andererseits ist die komplette Marktöffnung – voraussichtlich 2018 – nicht mehr fern. Dann sollten die einschlägigen Geschäftsprozesse im Vertrieb sicher und mit hohem Automatisierungsgrad beherrscht werden.

Professionelle Vertriebssoftware wird Must-have

Kleine und mittelgrosse Stromversorger stehen hier vor einer nicht zu unterschätzenden Herausforderung. Klar ist: An der Nutzung einer leistungsstarken Vertriebssoftware führt früher oder später kein Weg vorbei. Allerdings würde es insbesondere kleinen Unternehmen finanziell und organisatorisch enorme Anstrengungen abverlangen, müssten sie eine solche Lösung bei sich im Haus implementieren. Auflösen lässt sich dieser Zielkonflikt im Wesentlichen durch zwei Optionen: mit anderen EVUs kooperieren oder eine ASP-Lösung wählen. Beispiele für erfolgreiche Kooperationen in den Bereichen Vertriebsmanagement und insbesondere Beschaffung lassen sich beispielsweise in Deutschland durchaus finden. Allerdings hat eine Kooperation unter Wettbewerbern immer auch ihre Tücken. Wer lässt sich schon gern in die Karten gucken?

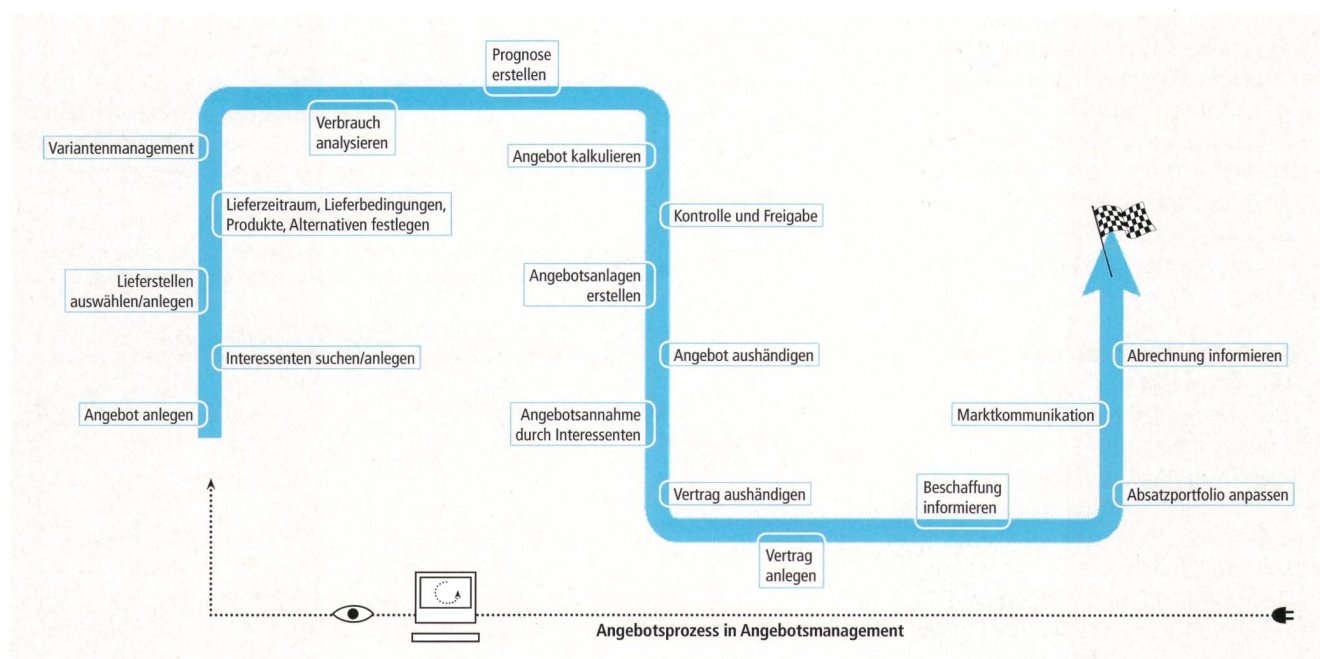


Bild 1 Wer im Markt «mitspielen» will, braucht professionelle IT-Unterstützung – entlang des gesamten Vertriebs- und Angebotsprozesses.

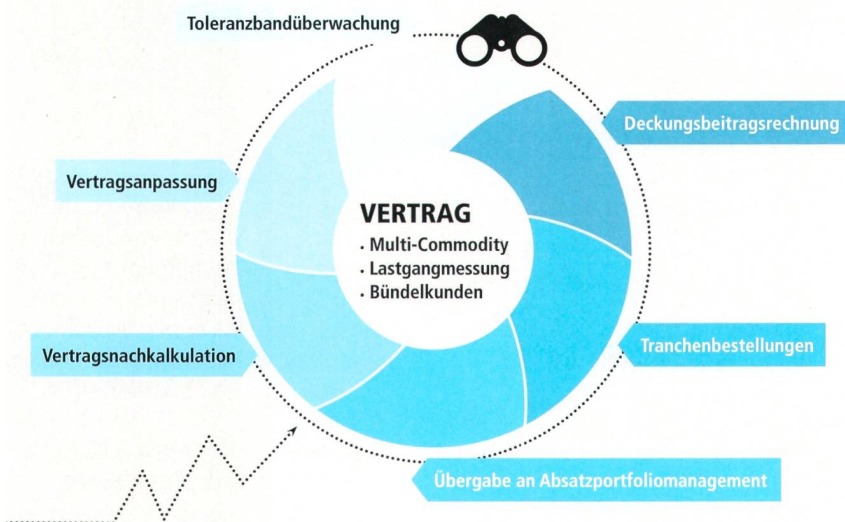


Bild 2 Zur komfortablen Vertragsbewirtschaftung mit hoher Prozesssicherheit können kleine und mittlere EVUs auf eine ASP-Lösung zurückgreifen.

Tatsächlich ist Application Service Providing (ASP) der kürzeste und günstigste Weg zur eigenen Vertriebssoftware. Andere Bezeichnungen für dieses Modell sind Cloud-Lösung, Hosting oder «Software as a Service» (SaaS). Gemeint ist im Prinzip das gleiche: Die Software läuft in einem Rechenzentrum, und die Anwender greifen via Browser online auf die benötigten Programme zu (Bild 2).

Ängste vor der internetbasierten Arbeitsweise sind unbegründet, wenn die Software in einem sicheren schweizerischen Rechenzentrum redundant läuft. Für die Kommunikation zwischen Anwender und Data Center sollten geschützte bzw. nach dem Stand der Technik abgesicherte Verbindungen verwendet werden. IT-Sicherheit und Datenschutz müssen nach den geltenden gesetzlichen Regeln gewährleistet sein. Nutzer der Software werden als Mandanten angelegt, die strikt voneinander getrennt sind. Nur berechnete Personen haben per Passwort Zugriff auf System und Daten.

Die typischen Vorteile des ASP-Modells

Das ASP-Modell vereinigt eine Reihe grundsätzlicher Vorteile:

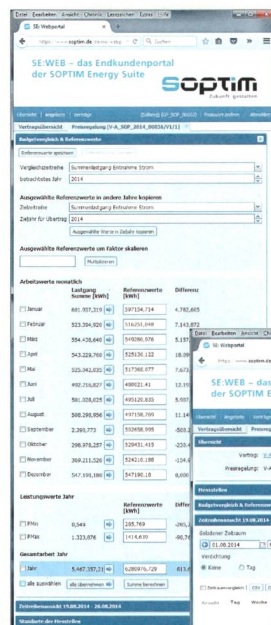
- Kurze Einführungszeiten: Die Einführung einer Vertriebsmanagement-Software beim Anwender dauert je nach Ausgangslage und Anforderungen erfahrungsgemäss 20 bis 50 Personentage. Bei einer ASP-basierten Implementierung lässt sich dieser Zeitaufwand im günstigsten Fall auf

rund einen Zehntel reduzieren. Das System ist somit innerhalb einer Woche betriebsbereit. Der Anwender kann also wesentlich schneller operativ mit der neuen Software arbeiten und früher Wettbewerbsvorteile nutzen.

- Reduzierte Einführungskosten: Durch die erheblich verkürzte Implementierungszeit verringern sich die Einfüh-

rungskosten. Eigene Hardware für den Betrieb der Software wird nicht benötigt, ebenso wenig Lizenzen für Datenbanksoftware.

- Stressfreie Implementierung: Softwareprojekte binden kostbare personelle Ressourcen, die vorübergehend im operativen Geschäft fehlen. Mit ASP wird die Zeit der Doppelbelastung für die involvierten Vertriebspezialisten auf ein Minimum reduziert. Sie können sich schneller wieder auf ihre Kernaufgaben und -kompetenzen konzentrieren.
- Vereinfachter Systembetrieb: Der Anwender muss sich nicht um die Systemadministration kümmern. Die Installation von Updates erledigt der Software-Anbieter, gleiches gilt für die Datensicherung.
- Hoher Nutzungskomfort: Der Anwender arbeitet automatisch mit der jeweils neuesten Software-Version. Gesetzlich veranlasste Änderungen bei Geschäftsprozessen werden rechtzeitig im System umgesetzt, getestet und als funktionierende Prozessbausteine zur Verfügung gestellt. Der Nutzer bewegt sich rechtlich immer auf der sicheren Seite.
- Ortsunabhängiger Systemzugriff: User der Software können nicht nur in der Firma darauf zugreifen, sondern quasi



Anzeige für Mengen- und Budgetüberwachung im Endkundenportal

Anzeige Zeitreihen/Tranchenmodell im Endkundenportal

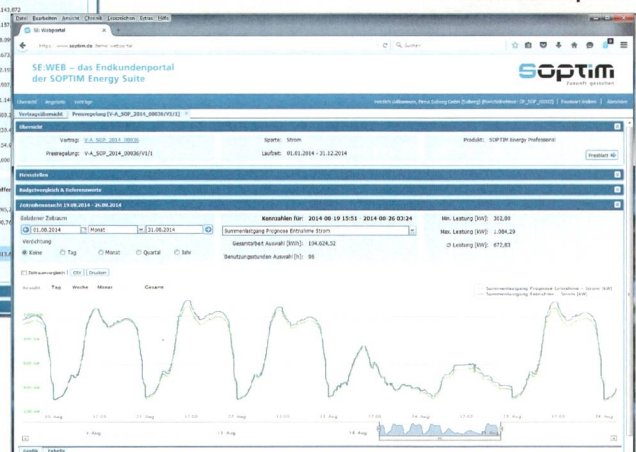


Bild 3 Zusätzliche Dienstleistungen – wie ein Webportal für Endkunden – bieten auch bei der Nutzung einer ASP-Lösung einen Mehrwert und dienen der Kundenbindung.

Bilder: Sopitim

von überall. Das kann im Homeoffice sein oder auch per Laptop beim Kundenbesuch. Diese örtliche Ungebundenheit kann bei Angebotsverhandlungen einen wichtigen Zeit- und Servicevorteil bedeuten.

Bis zu welchem Grad lassen sich individuelle Anforderungen mit einer ASP-Lösung umsetzen? Natürlich muss die Basis ein Best-Practice-Modell sein, das alle relevanten Vertriebsprozesse unterstützt. Da erfahrungsgemäss nicht alle EVUs ein System in der gleichen Tiefe nutzen, lassen sich verschiedene Stufen ausprägen. Eine Basisausführung könnte sich beispielsweise auf die Kalkulation von Angeboten auf Basis einfacher Tarife (HT/NT und ein Leistungspreis) beschränken. Eine mittelgrosse Lösung könnte zusätzlich Angebote und Verträge erstellen sowie Deckungsbeitragsrechnungen während der Belieferung anbieten. Und eine Advanced Edition könnte darüber hinaus die eigene Produktion einbinden. Innerhalb dieser drei Ausprägungstiefen sind dann weitere Customizing-Möglichkeiten vorhanden, zum Beispiel die Darstellung weiterer Angebotsvarianten oder die Nutzung spezieller Prognoseverfahren. Weitere Funktionalitäten wie beispielsweise Absatzportfolio, Plusprognose, Wechselprozesse oder sogar ein Webportal können ebenfalls nach Bedarf dazu gewählt werden. Zwischen den verschiedenen Ausprägungsmustern sollte der Anwender je nach Bedarf flexibel und restriktionsfrei wechseln können.

Ausbau des Leistungs- und Nutzungsumfangs

Mit einer ASP-Lösung steht dem EVU-Anwender von Beginn an eine professionelle Lösung zur Verfügung. Seine Lösungswelt kann den wachsenden Anforderungen und Bedürfnissen flexibel angepasst werden, benötigter Funktionsumfang und Nutzungsintensität orientieren sich am wachsenden Bedarf. Schrittweise kann der Stromversorger sich für den komplett liberalisierten Markt fit machen (Bild 3). Der Migrationsaufwand

Résumé

Parés pour le marché libéralisé

Gestion des ventes grâce à une solution en nuage

Avec l'ouverture du marché, les tâches telles que le calcul d'offres, la gestion des contrats et le calcul de la marge pour les EAE gagnent en importance. Tandis que les gros fournisseurs d'électricité utilisent déjà, à cet effet, des logiciels de vente spécifiques, la plupart des petites et moyennes EAE se contentent encore d'Excel. À moyenne et longue échéance, cette solution ne suffira plus car les exigences sont en constante croissance.

Tôt ou tard donc, impossible d'échapper à l'utilisation d'un logiciel de vente performant. Toutefois, l'installation d'une telle solution coûterait extrêmement cher, en particulier pour les petites entreprises. Deux possibilités existent pour résoudre ce conflit d'objectifs: coopérer avec d'autres EAE ou choisir une solution ASP.

ASP signifie « Application Service Providing » et fonctionne selon le principe suivant: le logiciel est opéré depuis un centre informatique et les utilisateurs accèdent en ligne aux programmes dont ils ont besoin via un explorateur. Ce modèle recèle toute une série d'avantages non négligeables: temps d'introduction brefs, frais d'introduction réduits, exploitation du système simplifiée ou encore accès au système depuis n'importe quel endroit. Pour choisir son fournisseur, il est recommandé d'étudier avec attention l'offre de service. Celle-ci doit comprendre non seulement l'accompagnement lors de l'introduction de la solution ASP, mais le fournisseur doit aussi disposer d'une expérience approfondie de la branche et être en mesure de conseiller, le cas échéant, les fournisseurs d'énergie quant au positionnement sur le marché, préalablement à un projet informatique.

Se

ist minimal oder entfällt sogar, wenn mit wenigen Messpunkten gestartet wird. Excel-Daten lassen sich bei Bedarf problemlos integrieren.

Bei der Systemwahl sollten Energieversorger darauf achten, dass die gewählte Applikation ein maximales Leistungsspektrum abdeckt. Eine ASP-Lösung muss den gleichen Funktionsumfang zur Verfügung stellen wie ein inhouse installiertes System. Bei schrumpfenden Margen wird es beispielsweise immer wichtiger, den zukünftigen Energiebedarf der Kunden bestmöglich zu prognostizieren. Das ist insbesondere wichtig bei der langfristigen Back-to-Back-Beschaffung für grosse Kunden, aber auch für den Einkauf von Spotmengen, weil sich dadurch die Ausgleichsenergiemengen minimieren lassen. Ein Software-Anbieter sollte deshalb unterschiedliche Prognoseverfahren beherrschen und anbieten, um unterschiedliche Prognoseaufgaben bestmöglich lösen zu können. Beispielsweise genannt seien hier das Vergleichstags-Verfahren, neuronale Netze und multivariate Regressionen.

Kundige Lotsen helfen bei der Marktpositionierung

Einen guten Software-Anbieter erkennt man auch an seinem Service. Der besteht nicht nur darin, die Einführung der ASP-Lösung technisch eng zu begleiten und alle nötigen Hilfestellungen für die Inbetriebnahme zu geben. Er sollte auch über profunde Branchenerfahrung verfügen und in der Lage sein, Energieversorger gegebenenfalls schon im Vorfeld eines IT-Projektes bei der Marktpositionierung zu beraten. Wo immer Märkte sich wandeln, entstehen unbekannte Risiken und eröffnen sich neue Chancen. Wer sich in unsicheren Zeiten rechtzeitig vertieftes Wissen aneignet und sich früh strategisch klug positioniert, wird davon ganz sicher profitieren.

Autoren

Peter Hüscher ist Geschäftsleiter der Soptim Swiss GmbH.

Soptim Swiss, 3053 Deisswil
peter.huesser@soptim.ch

Christian Kirsch ist Bereichsleiter Geschäftsentwicklung bei der Soptim AG in Aachen.

Soptim AG, DE-52072 Aachen
christian.kirsch@soptim.de

Anzeige



Rabais spécial de 5 ct./l

Comme membre personnel d'Electrosuisse vous faites le plein sans argent liquide avec votre carte BP Plus à des conditions avantageuses

www.electrosuisse.ch/BPPlus

