STADTWERKE

ZENTRALE AKTEURE DER GLASFASERVERSORGUNG!

SEITE 20!

NEUGIERIG?

carrier werke

www.carrierwerke.de

Glasfaserinfrastruktur als Ertragsgarant

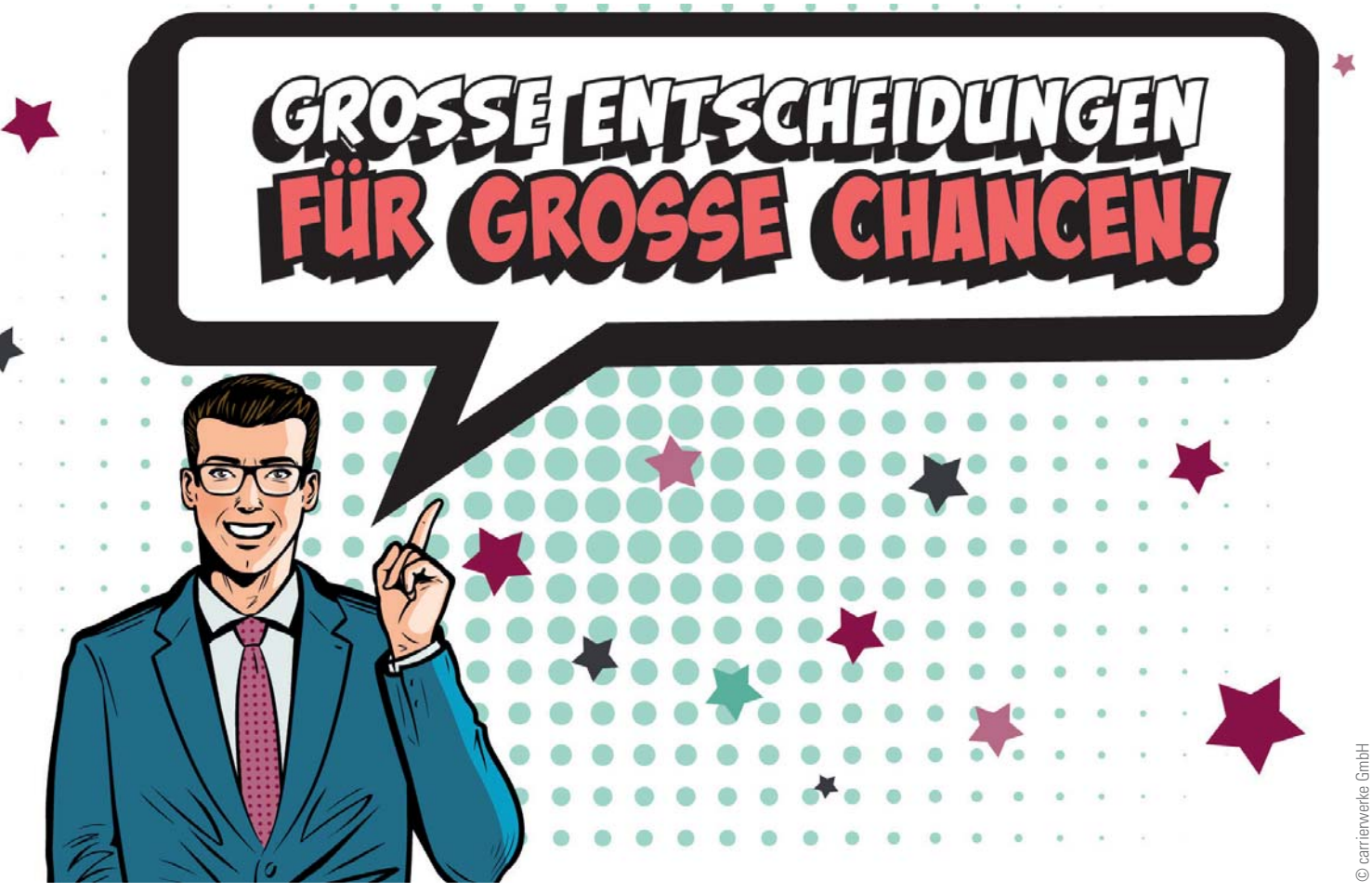
Stadtwerke – zentrale Akteure der Glasfaserversorgung

Stadtwerke stehen angesichts der Lage am Energiemarkt momentan vor riesigen Herausforderungen. Bleiben da Kapazitäten, um sich als Telekommunikationsdienstleister zu positionieren? Es lohnt sich, diesen Schritt zu gehen, meint Daniel Röcker von der carrierwerke GmbH. Wer über ein Glasfasernetz verfügt, besitzt die technische Basis für zahlreiche Mehrwertleistungen.

Wir alle nutzen es jeden Tag. Bei der Arbeit, zur Unterhaltung oder zur Kommunikation mit unseren Mitmenschen. Funktioniert es mal nicht, ist der Ärger meist groß und es hat Auswirkungen auf das private und öffentliche Leben: das Internet.
Die Anforderungen an die Versorgung mit schnellem und stabilem Internet steigen rasant an. Intelligente Städte, ein digitalisierter Staat und die Verkehrswende sind nur ein paar Bereiche, die auf eine zuverlässige und leistungsfähige Internetanbindung – und somit auf Glasfaserinternet bauen. Denn es kann keine Digitalgesellschaft mit all ihren Vorteilen geben, ohne ein nachhaltig betriebenes, flächendeckendes Glasfasernetz. Wir werfen einen genaueren Blick auf diese Bereiche und zeigen auf, warum Stadtwerke zentrale Akteure der Internetversorgung sind.

Die Stadt von morgen

Die intelligente Stadt von morgen ist ein ganzheitliches Konzept für urbanen Lebensraum als Antwort auf wirtschaftliche, gesellschaftliche, ökologische und technologische Herausforderungen und



© carrierwerke GmbH

Veränderungen. Smart City bedeutet Digitalisierung und die intelligente Verknüpfung verschiedenster öffentlicher und privater Bereiche. Zahlreiche Kommunen haben sich bereits auf die Reise hin zur Smart City aufgemacht – mit einem leistungsstarken Internet dank flächendeckend verfügbarer Glasfaser.

Von der Zettelwirtschaft zur Digitalisierung

Von einem Digitalen Staat sind wir heute noch meilenweit entfernt. Das liegt nicht nur an einer unzureichend ausgebauten Glasfaserinfrastruktur. Die Bürokratie bildet in vielen Fällen einen weiteren Bremsklotz. Anders als im alltäglichen Leben, in dem das Bahnticket oder die Hotelbuchung digital abgewickelt werden können, steht man beim Versuch der Online-Beantragung eines neuen Reisepasses oder der Kfz-Zulassung vor einer nicht meisterbaren Herausforderung – bzw. zwangsweise physisch vor Ort in der entsprechenden Verwaltungsstätte. Bereits vor der Pandemie hat sich eine große Zahl von Bürgerinnen und Bürgern mehr digitale Behördenangebote gewünscht. Durch Corona wurde die Verwaltung aus ihrem analogen Dornröschenschlaf gerissen. Auch wenn Hard- und Software ausreichend zur Verfügung standen, fehlten effiziente Prozesse ohne Medienbrüche. Doch nicht zu unterschlagen: Auch die unzureichende Breitbandkapazität blieb eine ständige Bedrohung.

Nachhaltig von A nach B

Auch die Verkehrswende und in diesem Rahmen allem voran die Mobilitätswende in Deutschland sind ohne Internet und Glasfaser nicht denkbar. Durch eine flächendeckende Mobilfunkabdeckung entwickelt sich die Bahnfahrt – anders als eine Autofahrt – zur Arbeits- bzw. Lebenszeit und wird zur echten Reisealternative. E-Mobilität und Car-Sharing-Modelle benötigen eine digitale Infrastruktur für Kunden und Anbieter, beispielsweise für die Abrechnung, Buchung oder Wartung. Autonomes Fahren ist technisch bereits machbar. Große Datenmengen müssen dabei transportiert und verarbeitet werden, um größtmögliche Fahrsicherheit herzustellen. Nur Glasfaser ist in der Lage, diese Datenmengen in Echtzeit bereitzustellen.

Der Bedarf an digitalen Infrastrukturen wächst weiter

Für all diese Bereiche – und noch viele weitere – gilt: Ohne Glasfaser geht es nicht. Doch wie gelingt es, das Ziel der flächendeckend verfügbaren Glasfaser zu erreichen? Bei diesem Vorhaben sind Stadtwerke zentrale Akteure und Erfolgsfaktoren für die flächendeckende Internetversorgung Deutschlands. Doch die aktuelle Lage ist schwierig. Strom- und Gaspreise steigen rasant, vor allem letztere werden für viele Haushalte und Unternehmen zu einer großen, unkalkulierbaren Belastung. Stadtwerke müssen Energie teurer einkaufen, können die Preise aber (noch) nicht anpassen. Energiekunden stehen vor dem finanziellen Aus und können die Leistungen nicht mehr bezahlen. Also warum an Telekommunikation denken, wenn es doch gerade vermeintlich größere Probleme gibt?

Weil der stetig wachsende Bedarf an leistungsstarken Infrastrukturen und digitalen Angeboten nach wie vor ungebrochen ist. Weil Stadtwerke seit jeher Grundversorger und Infrastrukturanbieter sind und großes Know-how bei leitungsgebundenen Versorgungsinfrastrukturen besitzen. Weil im Bereich der Telekommunikation Stadtwerke auch für die Zukunft Erträge generieren werden – besonders, wenn Sie die Infrastruktur besitzen. Es stellt sich aus unserer Sicht deshalb nicht die Frage, ob „Ja“ oder „Nein“, sondern nur die Frage nach dem geeigneten Geschäftsmodell – Infrastrukturanbieter, Internet-Serviceprovider oder Digitalisierer von ganzen Städten und Regionen?

Telekommunikation bedeutet Neuland

Die Telekommunikation ist ein neues Geschäftsfeld mit neuen Herausforderungen – aber auch mit großem Potenzial. Der Markt ist sehr dynamisch, gerade hinsichtlich Preismodellen und Vertrieb. Zeitgleich steht mit dem Tiefbau der teuerste Investitionsblock ganz am Anfang. Doch es lohnt sich, diesen Schritt zu gehen. Denn wer ein Glasfasernetz hat, verfügt damit auch über die technische Basis für zahlreiche Mehrwertleistungen wie WLAN, LoRaWAN, 5G-Mobilfunknetz, Datencenter oder Cloud Services. Und nicht zu vergessen: die Glasfaserinfrastruktur ist Ertragsgarant. Derjenige, der mit dieser Infrastruktur als erster auf dem Markt ist, wird in den meisten Fällen langfristig auch der einzige Infrastrukturanbieter vor Ort sein.

Mit Partnerschaften zum Erfolg

Ein Telekommunikationsnetz finanziert und baut sich nicht einfach nebenher. Stadtwerke berichten, dass die größten Herausforderungen waren, sich in ein vollkommen neues Geschäftsfeld einzuarbeiten. Infrastrukturkompetenz ist in den Häusern zweifelsohne vorhanden, doch erfordert der Aufbau eines zukunftsweisenden Geschäftsfelds wie das der Telekommunikationsnetze wei-

carrier werke
Mehr als Internet

carrierwerke

Als Team verfügen wir über langjährige Erfahrung in der Telekommunikationsbranche. Und das zahlt sich aus: Wir sind in der Welt der Telekommunikation nicht nur zuhause, sondern auch bestens vernetzt. Deshalb gehen unsere Leistungen weit über die eines klassischen technischen Dienstleisters hinaus. Wir stehen unseren Kunden bei allen Themen rund um die Vermarktung ihres Telekommunikationsnetzes über die Optimierung der Prozesse bis hin zur Schulung der Mitarbeiter mit Rat und Tat zur Seite. Netz, Dienste, Software, Beratung und viel Herz – das ist die „Alles-aus-einer-Hand“-Philosophie der carrierwerke. Das schafft langfristige Partnerschaften und erfolgreiche Projekte. Und das ist unser Ziel.

carrierwerke GmbH
Heinrich-Hertz-Straße 11
69190 Walldorf
info@carrierwerke.de
+49 6227 89937-37

© carrierwerke GmbH

Daniel Röcker
verantwortet als Prokurist die Bereiche
Vertrieb & Marketing der carrierwerke GmbH

tergehende fachliche Ressourcen und Strukturen. Dies mit dem weiterhin anfallenden Tagesgeschäft zu vereinbaren, ist nahezu unmöglich. An dieser Stelle kommen Partnerschaften ins Spiel. Denn in einem hochdynamischen und komplexen Markt wie der Telekommunikation, der anders funktioniert als die Kernsparten Strom, Gas und Wasser, ist das fachliche Know-how von außen ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Alles Digital

Das Rückgrat eines erfolgreichen Geschäftsmodells bilden technische Dienstleistungen für den Netzbetrieb, automatisierte und digitale Prozesse, ein durchdachtes Tarif- und Marketingkonzept sowie geschulte Mitarbeiter. Einfachheit und damit Kundenfreundlichkeit sind das Prinzip – und alles sollte digital ablaufen. Im Netzbetrieb müssen Prozesse skalierbar sowie möglichst automatisiert und digitalisiert sein. Um diese Voraussetzungen zu erfüllen, bedarf es der geeigneten Software sowie Online-Funktionalitäten, die dem Endkunden den Zugang und die Nutzung des Angebots erleichtern. Dazu zählen zum Beispiel eine Online-Bestellstrecke oder ein Online-Kundenportal. Die notwendigen internen und externen Prozesse zu definieren, zu designen und robust zu machen, erfordert Marktkenntnis und ein umfassendes technisches Wissen. Intern benötigen die Mitarbeiter im Kundenservice schnellen Zugriff auf Kundeninformationen, sodass Anfragen schnell und zuverlässig beantwortet werden können. Ziel ist es, gleich im ersten Kontakt mit dem Endkunden mehr als 90 Prozent aller Anfragen schnell und umfassend beantworten zu können. Für eine unkomplizierte Customer Journey, also der „digitalen Reise“ des Kunden bzw. Interessenten auf der Suche nach dem geeigneten Angebot oder der Lösung, spielen Online-Bestellstrecken nach dem Prinzip der Einfachheit und Wirksamkeit eine große Rolle.
Solche Tools unterstützen die Möglichkeit für Cross-Selling-Angebote, etwa im Bündel mit Leistungen aus anderen Stadtwerke-Sparten wie der Energie, dem Verkehr oder den Bäderbetrieben. Um sämtliche Prozesse effizient zu managen, bedarf es einer geeigneten Carrier-Management-Software.

Schlüssel zum Erfolg: professionelle Vertriebsarbeit

Um die große Investition in den Bau bzw. Ausbau eines Telekommunikationsnetzes zu refinanzieren, spielt die Vertriebsarbeit eine entscheidende Rolle – und zwar unabhängig vom gewählten Geschäftsmodell als Infrastrukturanbieter oder Internet-Serviceprovider. Denn was hilft das beste Produkt, wenn die potenziellen Kundinnen und Kunden nicht davon erfahren?
Hier geht es um ein durchdachtes und stimmiges Vermarktungskonzept, genauer: Marke, Marketing und Vertrieb. Stadtwerke und EVUs haben vor Ort einen Standortvorteil. Sie sind seit Jahrzehnten fester Bestandteil der kommunalen Versorgungslandschaft und genießen ein großes Vertrauen. Wenn ein Stadtwerk eine eigene Telekommunikationsmarke für Dienste wie Internet, Telefonie oder TV schaffen will, sind dies günstige Voraussetzungen. Eine starke eingängige Marke, die Interesse schaffen und Vertrauen aufbauen soll, braucht ein kommerzielles und vertriebliches Konzept. Der Kundenservice muss zuverlässig sein, die Tarife zeitgemäß, die technischen Leistungen stabil und hochverfügbar. Auch hier ist spezielle Expertise wichtig, um zu entscheiden, ob man selbst Telekommunikationsanbieter sein will oder nicht. Und wenn ja, ob als Eigenmarke oder unter dem Mantel der Stadtwerkemarke. Partnerschaften führen auch hier zum Erfolg.

Große Entscheidungen für große Chancen!

Um diese zu nutzen, sind viele Schritte zu gehen. Dafür braucht es Partner mit einem ganzheitlichen Ansatz, der Mehrwert nach dem Prinzip „Alles aus einer Hand“ generiert. Ganzheitlich bedeutet, dass sämtliche Bereiche und Prozesse des Unternehmens auf die Anforderungen der Endkunden ausgerichtet sind. Durch Know-how-Transfer wird das Risiko möglicher Fehlentscheidungen reduziert und durch Kooperationen auf Augenhöhe kommt man effektiv zum gemeinsamen Erfolg: Die eigene Telekommunikationsmarke der Stadtwerke in der Region zu etablieren! ■