

THEMA

Smart Cities



Schwerpunkt

Intelligentes
Carsharing im
Quartiers-Carpool

Interview

Smartbox:
Volle Datenkontrolle
für den Kunden

Innovationen

Smart City:
Wie sollen sich EVU
positionieren?



SCHWERPUNKT S. 8



MARKT & TECHNIK S. 22

STANDPUNKT	3
Dem Smart Country fehlt das Netz. VON CHRISTIAN SEELOS – E M W.TRENDS-REDAKTION	3
AUS DER REDAKTION	4
Politiknews	4
Personalnews	5
SCHWERPUNKT: SMART CITIES	6
LoRaWAN – vom Energieversorger zum Digitalumsorger. VON DANIELA WERNER – THÜGA SMARTSERVICE GMBH, MÜNCHEN	6
Miet' mich mit! – Carsharing im Quartiers-Carpool. VON ANDREAS MATTOLAT – URBANIQ GMBH, RATEKAU	8
„Der Kunde bekommt die volle Datenkontrolle.“ INTERVIEW MIT MATTHEW TIMMS, CHIEF DIGITAL AND TECHNOLOGY OFFICER, E.ON SE, ESSEN	12
Aus der Redaktion	15
MARKT & TECHNIK	16
Home-Energie-Management-System. VON HOLGER MÜLLER-GESCHE – FACHREFERENT PRODUKTMANAGEMENT ENERGY+ENVIA MITTELDEUTSCHE ENERGIE AG, CHEMNITZ	16
Fester Arbeitsplatz im Büro oder mobiles Arbeiten von überall? VON DR. FRANZ GRESSER – SERVICERATING GMBH, KÖLN	18
Smart City – sind die Versorger bereit für eine Positionierung? VON MARKUS KAPPEN UND FABIAN DAWIN – CON ENERGY UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH, ESSEN	22
SERVICE & CO	25
Vorschau Veranstaltungen Impressum	25

FESTER ARBEITSPLATZ IM BÜRO ODER

MOBILES ARBEITEN VON ÜBERALL?

Work 4.0 und Agilität prägen zunehmend die Art, wie wir arbeiten. Der Wandel zu neuen Arbeitsformen und -modellen schreitet weiter rapide voran. Viele Mitarbeiter sind nicht mehr in klassischen nine-to-five-jobs angestellt und arbeiten mobil oder von zuhause aus. Wie werden Homeoffice und Mobileoffice genutzt und welche Auswirkungen hat das auf die Zusammenarbeit im Unternehmen?

VON DR. FRANZ GRESSER – SERVICERATING GMBH, KÖLN

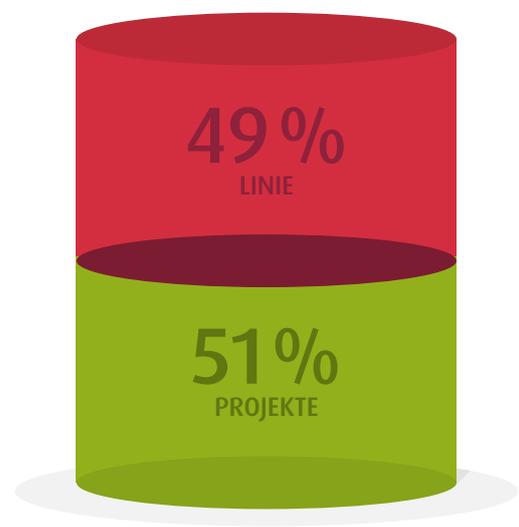
In der letzten Ausgabe der emw.trends-Umfrage haben wir uns mit dem Thema „Arbeit 4.0“ / mobilem Arbeiten und modernen Mitteln der Zusammenarbeit befasst. Dabei hat sich gezeigt, dass Mitarbeiter es durchaus schätzen, wenn sie die Möglichkeit haben, mobil (von überall) oder von zuhause aus arbeiten zu können. Unternehmen versuchen also, den Spagat zwischen den Ansprüchen der Mitarbeiter sowie den ökonomi-

schen und technischen Zwängen durch flexible Arbeitsmodelle zu leisten. Flexibles Arbeiten wird von einigen Unternehmen gefördert und die Mehrheit der Mitarbeiter arbeitet bereits mit Vertrauensarbeitszeit. Alle Befragten geben an, dass die Mitarbeiter in ihrem Unternehmen neben der Arbeit in der Linie auch in Projekten tätig sind. Die Aufteilung der Arbeitszeit wird mit ca. 50/50 angegeben.

Veränderungen auf allen Ebenen

Das hat auch Auswirkungen auf die Organisation und die Strukturen im Unternehmen. Allerdings wurden in der Mehrzahl der Unternehmen die hierarchischen Strukturen noch nicht aufgelöst und in agile Organisationsmuster überführt. In Bezug auf den konkreten Arbeitsplatz der Mitarbeiter in der Organisation zeigen sich Mischformen: In etlichen Unternehmen haben die Mitarbeiter noch „ihren“ festen Arbeitsplatz und feste Platznachbarn, in einigen Unternehmen wird Desk-Sharing gelebt. Hier teilen sich die Kollegen die verfügbaren Schreibtische, die Zuordnung der Plätze erfolgt dann dezentral und immer wieder neu. Sowohl mobiles Arbeiten als auch ein fester Arbeitsplatz zu Hause sind in der Mehrheit der Unternehmen der Befragten möglich. Die Mitarbeiter schätzen die Möglichkeiten, mobil arbeiten zu können, fast alle Befragten finden das entweder „sehr gut“ oder „gut“.

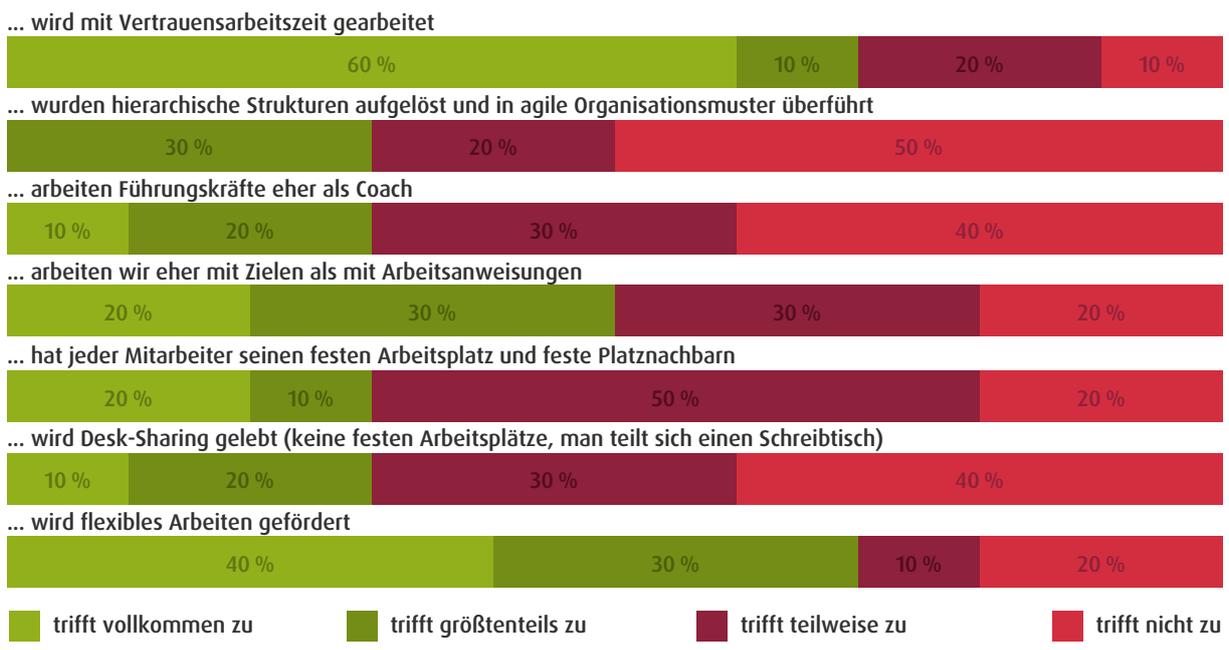
1. Wie teilt sich in Ihrem Unternehmen die Arbeitszeit der Mitarbeiter zwischen Linie und Projekten auf?



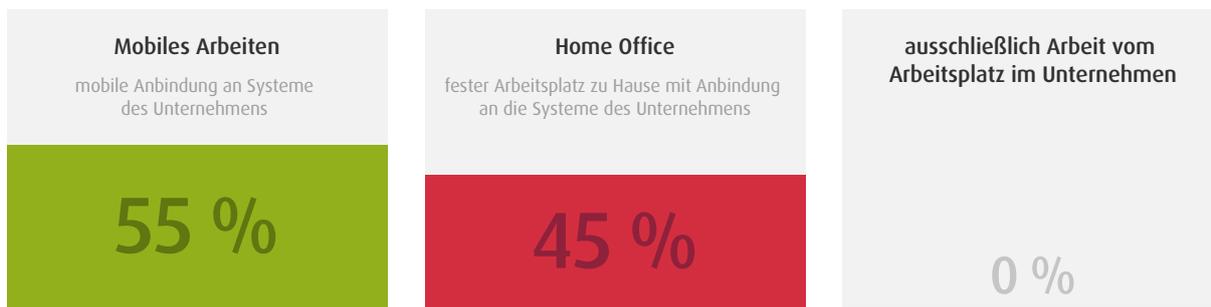
Wie wirken sich die Veränderungen auf die Mitarbeiterführung aus? Einige Befragte geben an, dass in ihrem Unternehmen Führungskräfte eher als Coach arbeiten, in der Mehrzahl der Fälle ist das aber (eher) noch nicht der Fall. In Bezug auf die Frage, ob eher mit Arbeitsanweisungen oder Zielvereinbarungen geführt wird, zeigt sich, dass beides in den Unternehmen noch vertreten ist.

Welche konkreten Instrumente werden genutzt? Die Befragten berichten von verschiedenen räumlichen Elementen von New Work, die in ihrem Unternehmen zum Einsatz kommen. U. a. sind dies: Team Räume, die für kreative Zwecke genutzt werden können und gemeinschaftlich genutzte Räume („social space“). Auch konkrete Tools zur Steigerung der teamübergreifenden

2. In unserem Unternehmen ...

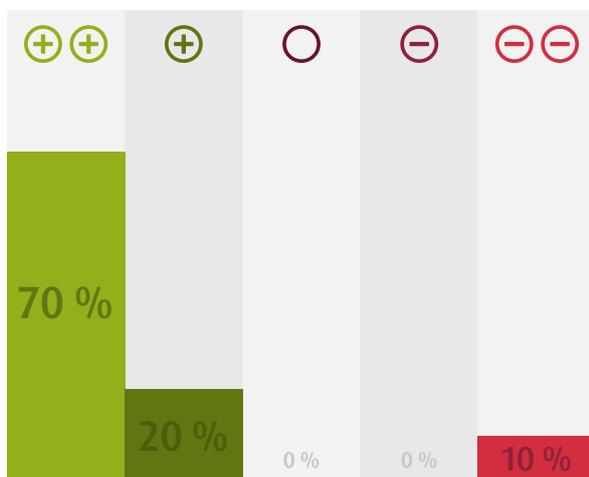


3. Mitarbeiter unseres Unternehmens haben folgende Möglichkeiten:

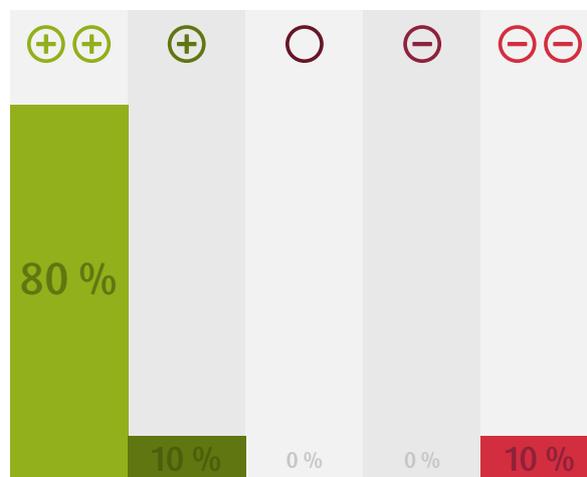


4. Wie beurteilen Sie grundsätzlich die Möglichkeit ...

... mobil von überall arbeiten zu können



... im Home Office arbeiten zu können



Zusammenarbeit wurden genannt. Dies sind u. a. Online-Tools wie Slack, Sharepoint, Trello, Skype und Circuit und Offline-Tools wie Kanban-Boards. Die Durchdringung in den einzelnen

Unternehmen ist aber durchaus unterschiedlich, was durch ein Zitat untermauert wird: „Windows Teams wurde gelauncht, aber keiner nutzt es aktuell.“ Hieran kann man sehen, dass Tools die Kooperation zwar unterstützen können, es aber maßgeblich auf die Einstellung und die Menschen ankommt.

Kooperation mit ServiceRating

In Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen ServiceRating bieten wir Ihnen in jeder Ausgabe einen Artikel sowie eine Umfrage zu einem aktuellen Thema aus der Energie- bzw. Unternehmenswelt. Die Ergebnisse der Umfrage lesen Sie jeweils in der folgenden Ausgabe der e|m|w.trends.

ServiceRating berät Unternehmen bei der Analyse, Entwicklung und Kommunikation von Kundenorientierung und Servicequalität. Eine hohe Kundenloyalität ist das Ziel der Beratung.

Kundenfeedback für Veränderungen nutzen

Die Diskussion um Agilität und New Work hat in vielen Bereichen zu einer Verlagerung der Verantwortung aus dem Zentrum der Unternehmen in die Peripherie geführt. Mitarbeiter können in kundenorientierten Unternehmen zunehmend eigenverantwortlich in Kundenangelegenheiten entscheiden. Das setzt voraus, dass Sie Entscheidungskompetenz übertragen bekommen und diese auch annehmen sowie über die relevanten Informationen verfügen.

Aber was ist die Entscheidungsgrundlage? Entscheidungen sollten so getroffen werden, dass Kundenanliegen best- und schnellstmöglich erledigt werden können. Um diese aber zu kennen, ist es erforderlich, den Kunden auch zuzuhören und die Kunden zu verstehen. Klassische Marktforschung ist hier nach wie vor wichtig und richtig, sollte aber zunehmend ergänzt werden durch eine kontinuierliche Aufnahme, Analyse und Umsetzung in Maßnahmen des Kundenfeedbacks. Wie das passieren kann, soll in der nächsten Ausgabe näher erläutert werden. ❖

KONTAKT

→ **Dr. Franz Gresser**
Geschäftsführer
ServiceRating GmbH, Köln
✉ Gresser@servicerating.de
🌐 www.servicerating.de



In der nächsten Ausgabe stellen wir Ihnen Ergebnisse zum Thema **Kundenfeedback für Veränderungen nutzen** vor.

Bitte beantworten Sie uns folgende Fragen, deren Ergebnisse wir ebenfalls in der kommenden Ausgabe veröffentlichen werden:

emw.trends-Onlineumfrage

Jetzt beantworten



Die Umfrage nimmt nicht mehr als fünf Minuten in Anspruch und ist selbstverständlich anonym.

Schön, wenn's funkt

Die digitale Heizkostenabrechnung ista einfach*Smart*.
Einfach zum Verlieben.



Von Fernauslesung bis Datenverwaltung im ista Webportal – Heizkostenabrechnung leicht wie nie.
Jetzt informieren unter: einfachsmart.ista.de

ista Deutschland GmbH • Luxemburger Straße 1 • 45131 Essen
Telefon 0201 459-02 • info@ista.com • www.ista.de

ista