

# Erdgasumstellung in Deutschland: Endkundenkommunikation als Schlüssel zum Erfolg

Categories : [Energie](#), [Gas](#)

Tagged as : [Erdgasumstellung](#), [H-Gas](#), [Infokampagne](#), [Kommunikation](#), [Kommunikationsmittel](#), [L-Gas](#), [Netzentwicklungsplan](#)

Date : 1. Juni 2021



Bislang ist es um die Kommunikation zwischen Netzbetreibern und ihren Kunden nicht allzu gut bestellt. Sie kann allerdings der Schlüssel sein, um das Gesamtprojekt der Erdgasumstellung ([wir berichteten](#)) zum Erfolg zu führen.

## Sportliche Vorgaben

In diesem Jahr werden es 570.000 und bis 2030 insgesamt 5,3 Mio. Gasgeräte sein, die Netzbetreiber im Norden und Westen Deutschlands im Zuge der Erdgasumstellung anpassen müssen (Stand [Umsetzungsbericht](#) Netzentwicklungsplan 2020-2030, v. 1.4.2021). Dabei muss jedes einzelne Gasgerät, das in den betroffenen Netzgebieten verbaut ist, physisch umgestellt werden.

Der Zeitplan zur Erdgasumstellung in den Netzgebieten ist verbindlich von der [Bundesnetzagentur](#) (BNetzA) vorgegeben, die anvisierten Zahlen sind sportlich: Zuerst müssen die zuständigen Netzbetreiber jeden Erdgaskunden zu Hause oder im Betrieb besuchen, um die bislang unbekannte Menge, Art und Beschaffenheit aller verbauten Gasgeräte zu erfassen. Im nächsten Schritt sollen dann alle Geräte, soweit technisch möglich, auf den Betrieb mit H-Gas angepasst werden.

Bisher ahnungslose Kunden mit Erdgasgeräten müssen nun Monteure im Auftrag eines Netzbetreibers in ihr Haus lassen, dessen Namen sie häufig nicht mal kennen. Und der Netzbetreiber sieht sich plötzlich in der Rolle, eine große Anzahl von Kunden mit genauen Informationen zu versorgen – Kunden, die ihm bislang höchstens von der Erstellung der Jahresabrechnung bekannt waren.

Wie ist nun dieses beidseitige Dilemma zu lösen? Der Schlüssel ist eine gute Kommunikationsstrategie. Ein Netzbetreiber hat grundsätzlich eher wenig Kontakt mit dem Endkunden und ist diesem daher als Absender von Mitteilungen oft weitestgehend unbekannt. Es hat sich aber gezeigt, dass die gezielte Bereitstellung von Informationen für die betroffenen Zielgruppen (z.B. Endkunden, Installateure und Schornsteinfeger) von entscheidender Bedeutung ist und maßgeblich zum Gesamtprojekterfolg der Erdgasumstellung im jeweiligen Netzgebiet beiträgt.

### Luft nach oben

In der Kommunikation mit Stakeholdern und Zielgruppen scheint bis jetzt noch nicht genug getan zu werden. Jüngst hat die [Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen](#) in ihrem [Vortrag zum 5. Forum zur Marktraumumstellung festgestellt](#), dass circa 30 Prozent aller Verbraucher mit der Kommunikation ihres Netzbetreibers unzufrieden sind. Gründe dafür sind unter anderem unzureichende Informationen, mangelnde Erläuterungen oder unverständlicher „Technikersprech“. Der so verwirrte Kunde neigt häufig dazu, die Haustür einfach nicht zu öffnen, wenn ihm die Notwendigkeit des Monteurbesuchs nicht ausreichend erklärt wurde.

### Kommunikation als Türöffner

Was heißt das für den Netzbetreiber? Der gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflicht kann man auf verschiedenen Wegen nachkommen, Schmalspurvariante oder kundenkonform. Professionell erstellte Anschreiben, Informationsflyer und optimalerweise die Gestaltung aller Kommunikationsmittel in einer eigenen Designsprache machen vieles leichter. Wenn der Kunde dann mit Informationen angesprochen wird, die er als Nicht-Experte versteht und auch kritische Inhalte ehrlich diskutiert werden, ist schon viel gewonnen. Der Erfolg spiegelt sich später direkt in einer geringen Quote verwirrter Anrufer bei der Hotline und einer hohen Erreichbarkeit der Kunden beim Hausbesuch wider. Und auch der Netzbetreiber geht mit einem positiven Image aus dem Projekt hervor.

Für die kommenden zehn Jahre bleibt die Erdgasumstellung das beherrschende Thema für die Branche.

Ansprechpartner\*innen: [Marcel Malcher](#)/[Olivia Schatz](#)/[Annemarie Wiedenhöfer](#)