



imug | customer eNews Energie

Newsletter **März 2020**

01 Marktforschung für Ihr Management
Image-, Produkt-, und Werbewirkung wirksam messen

02 Wie frisch sind Ihre Rechnungen?
Einladung zum Webinar

03 Status der Meeresumwelt
Analyse deutscher Küstengewässer

04 Top Performer 2020 gesucht
imug Service Check jetzt mit neuen Features

05 Digitalisierung steht vorn
Forum „Kundenservice und Beschwerdemanagement“

06 Der Mensch im Mittelpunkt
Kommunikation ist vielschichtig

07 Unsere imug Seminare
Mit den richtigen Worten bei Kund*innen punkten

Vorab



Liebe Leser*innen,

wie digital ticken wir eigentlich? Die digitale Transformation beschäftigt uns alle. Und mit diesen tiefgreifenden Veränderungen in unseren Arbeitsprozessen sind Chancen verbunden. Wer sie nicht sehen will, ist schlecht beraten. Auch im Kundenservice gibt es viele Dinge, die sich wiederholen, die schnell gehen sollen, die nicht mit Emotionen verbunden sind – das alles noch „handgemacht“ anbieten zu wollen, ist einfach nicht mehr sinnvoll.

Aber hat sich damit der klassische Kundenservice überlebt? Keineswegs.

Viele schätzen es, sich eine einfache Antwort schnell bei einem Chatbot abzuholen. Wenn der dann auch noch gut getextet ist: umso besser. Wo es aber kompliziert wird oder etwas individuell geklärt werden muss, dann kann nur ein Mensch weiterhelfen. Und die Zeit für solche Anliegen ist da – weil beim Massengeschäft vieles von Maschinen erledigt werden kann. So entsteht der Raum für eine exzellente Customer Experience.

Genau deshalb greifen wir in der imug | Marktforschung deutlich mehr auf digitale Instrumente zurück als noch vor wenigen Jahren. Und ist es nicht paradox, dass gerade die Digitalisierung im Kundenservice dazu führt, dass der klassische Kontakt von Mensch zu Mensch neue Bedeutung erlangt hat? Wie man solchen vermeintlichen Paradoxien fundiert mit Mitteln der Qualitativen Marktforschung auf den Grund gehen kann: Meine Kollegin Marietta Pospiech weiß **alles** darüber.

Genau dieses Spannungsfeld zwischen digitalen Prozessen und analogem Handwerk spiegelt sich auch in dem ersten **Webinar**, das wir gemeinsam mit unserem Kooperationspartner formware anbieten. Schauen Sie doch einmal vorbei.

Viele weitere spannende Themen erwarten Sie außerdem in diesem Newsletter: Was hat das imug mit dem Schutz der Meere zu tun? Wie steht es um die Servicequalität im Energiemarkt? Und was passiert außerhalb der Energiewirtschaft im imug? Und natürlich wie immer viele interessante Veranstaltungen, auf die wir Sie gern hinweisen.

Viel Spaß beim Lesen und beim Stöbern wünscht Ihnen
Andreas Schielke

Qualitative Marktforschung zur Managementsteuerung nutzen

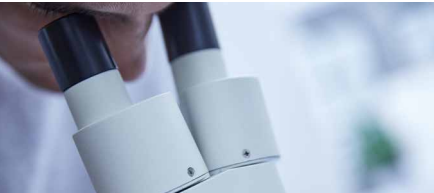
Image-, Produkt-, und Werbewirkung wirksam messen

Wenn 82 % der befragten Kundinnen und Kunden eines Unternehmens sagen, dass sie diesem wenig bis keine Modernität zuschreiben, was bedeutet das dann konkret? Man könnte daraus schlussfolgern, dass dies ein schlechtes Ergebnis ist, wenn in den letzten Jahren die moderne Neuausrichtung ein strategisches Ziel im besagten Unternehmen war.

Aber: Was wäre, wenn die Befragten gerade wegen der bisher gelebten Tradition im Unternehmen zu Kundinnen bzw. Kunden wurden? Was wäre, wenn die Stärke der unternehmerischen Produkte und Leistungen für Kundinnen und Kunden unabdingbar mit klassischen Traditionen einhergehen und Modernität diesen entgegenstehen würde? In diesem Kontext wäre das o.g. beispielhaft skizzierte Ergebnis positiv zu deuten.

Wo die Interpretation reiner Zahlen an ihre Grenzen stößt, kann qualitative Methodik ansetzen und aufklären. Aber nicht nur das – qualitative Forschung kann den gesamten unternehmerischen Prozess unterstützen.

Mithilfe geeigneter Instrumente wie z.B. Gruppendiskussionen, Tiefeninterviews oder auch Kreativworkshops können unbewusste Motive, Bedeutungszusammenhänge, Stärken und Schwächen identifiziert werden. Vorteil: Wichtige Weichenstellungen lassen sich so bereits früh im Unternehmen vornehmen.



Wo kann qualitative Forschung Licht ins Dunkel bringen?

► **Image- und Markenkernanalysen:**

Wie wird ein Unternehmen von Kundinnen und Kunden gesehen? Was zeichnet dieses Unternehmen aus? Deckt sich die interne unternehmerische Sicht tatsächlich mit der der Kundinnen und Kunden? Wo gibt es Differenzen?

► **Werbewirkungsanalysen:**

Welche Botschaft transportiert ein Werbemittel? Wie wird es von Kundinnen und Kunden verstanden? Wo gibt es Verständnisprobleme und Optimierungsbedarf?

► **Zielgruppenanalysen:**

Welche Menschen adressiert ein Unternehmen? Sind es tatsächlich die, die das Marketing definiert hat? Warum sehen die Zielgruppen vielleicht anders aus? Woran liegt das?

► **Produktnutzungs- und Produktwirkungsanalysen:**

Wie wird ein spezifisches Produkt wahrgenommen? Welche Lösungsversprechen bietet es an? Wo gibt es Unterschiede in der Nutzung? Inwieweit spielt die jeweilige Verfassung der Kundin/des Kunden bei der Nutzung eine Rolle?

► **Kundenzufriedenheitsanalysen:**

Wie zufrieden sind Kundinnen und Kunden eines Unternehmens? Welche Schwachstellen und Verbesserungspotential werden gesehen? Was erwarten Kundinnen und Kunden von Unternehmen und Produkten?

► **uvm.**

Für Fragen zu Produkt-, Werbe und Markenwirkungsanalysen sprechen Sie mich gerne an.

Aber auch zu allen anderen unternehmensrelevanten Themen bieten wir Ihnen individuelle Maßnahmen aus der qualitativen Marktforschung.



Marietta Pospiech
Beraterin

mail: pospiech@imug.de
fon: 0511 1219617

Wie frisch sind Ihre Rechnungen?

Einladung zum Webinar:

„Energierechnungen als positiver Kontaktpunkt – geht das?“

Wie oft hören Ihre Kundinnen und Kunden unterjährig von Ihnen? Die schriftliche Customer Experience im Energiemarkt umfasst nicht viele Gelegenheiten, einen positiven Eindruck zu hinterlassen. Und nicht alle Regelkontakte sind willkommen: Die Jahresabrechnung zum Beispiel wird oft als lang, schwer verständlich und wenig attraktiv wahrgenommen.

Sicher: Rechnungen lösen wie die meisten Texte vom Energieversorger eher selten Begeisterung aus. Es ist aber viel mehr möglich als oft bisher umgesetzt. In unserem Webinar bieten wir Ihnen einen ersten Einblick, wie eine solche Frische-Kur für Ihre Texte aussehen kann – vom verständlichen Text über ein attraktives Layout bis zur Produktion inklusive ERP-Anbindung.

Interessiert? _____

PS: _____

Dann melden Sie sich hier an:

www.gotowebinar.com

Mit diesem Webinar beginnen wir eine Kooperation mit unserem neuen Partner: www.formware.de
Freuen Sie sich auf mehr.



„Energieversorger haben im Jahr nur wenige Kontaktpunkte mit ihren Kundinnen und Kunden. Die Jahresrechnung gehört dazu. Diese Chance sollten Sie also nutzen – wir unterstützen Sie gern dabei.“



Andreas Schielke
Senior-Berater & Trainer

mail: schielke@imug.de
fon: 0511 1219623

Status Quo der Meeresumwelt

Analyse der Nutzung und Verschlechterung deutscher Küstengewässer



www.adelphi.de

Die europäischen Küsten und Meeresgewässer einschließlich der Nord- und Ostsee gehören zu den am intensivsten genutzten Meeresgebieten der Welt. Ebenso wie bei den meisten Binnengewässern überlagern sich in ihnen verschiedene Nutzungsinteressen und Schutzzielsetzungen. In diesem Spannungsfeld wurde im Juni 2008 auf EU-Ebene die Meeresstrategierahmenrichtlinie (MSRL) verabschiedet. Das Ziel der MSRL ist es, in den Mitgliedsstaaten spätestens bis zum Jahr 2020 einen „guten Umweltzustand“ (GUZ) der Meeresgewässer zu erreichen.

Die Mitgliedsstaaten sollen nationale Meeresstrategien erarbeiten, in denen der aktuelle sowie der angestrebte Meeresumweltzustand beschrieben wird und Instrumente und Maßnahmen zur Erreichung des GUZ aufgeführt sind. Außerdem soll eine Analyse der Gewässernutzung und der Kosten

einer Verschlechterung der Meeresumwelt enthalten sein. Eine konkrete Quantifizierung einer Verschlechterung hat bisher allerdings aufgrund mangelnder Datenlage in Deutschland nicht stattgefunden.

Unter der Leitung von adelphi hat sich ein Projektkonsortium aus dem Institut für Weltwirtschaft, der imug Beratungsgesellschaft und InterSus zusammengeschlossen, um eine solche Quantifizierung vorzunehmen. In Vorbereitung auf die 2024 erneut anstehende Beschreibung der Kosten einer Verschlechterung der Meeresumwelt sieht dieses Vorhaben eine Abschätzung am Beispiel der deutschen Küstengewässer vor.

Die imug Beratungsgesellschaft ist im Rahmen des Konsortiums für die Durchführung der Marktforschung bzw. die Datenerhebung zuständig. Anhand der Methodik der kontingenten Bewertung wird mittels Fokusgruppen und einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung (n = 1.000) die Zahlungsbereitschaft für eine Verbesserung der Meeresumwelt im Bereich der deutschen Küstengewässer erhoben. Die Methode der kontingenten Bewertung erhebt geäußerte Präferenzen zur ökonomischen Bewertung von nicht-handelbaren Gütern, häufig Umweltgütern und -leistungen.

Erfahren Sie mehr über dieses Projekt des Umweltbundesamtes auf der [Webseite von adelphi](#).

„Es geht nicht um Energie in diesem Projekt, doch aber um Ressourcen. Tatsächlich sind die Ergebnisse des Projekts aber für viele Branchen, vor allem auch für die Energiebranche interessant.“

Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft in der Bevölkerung für bessere Umweltzustände? Was ist die Bevölkerung bzw. was sind unterschiedliche Gruppierungen der Bevölkerung bereit, für bessere Umweltzustände zu tun?

Für Energieunternehmen kann sich die Übertragung zum Beispiel auf die Zahlungsbereitschaft für Ökostrom und/oder das eigene Umweltengagement beziehen. Wir sind gespannt auf die Ergebnisse.“



Ulrike Niedergesäß
Geschäftsführende Gesellschafterin

mail: niedergesaess@imug.de
fon: 0511 121 96 14

Werden Sie TOP Performer im Bereich Kundenservice Mit dem imug Service Check zur optimalen Servicequalität

Wie vertriebsorientiert agiert Ihr telefonischer Kundenservice? Welche Qualität haben Ihre E-Mails?

Der imug Service Check gibt Ihnen ein objektives Feedback über die Beratungskompetenz und den gelebten Dienstleistungsgedanken an zentralen Kontaktstellen Ihres Unternehmens. Und das im bundesdeutschen Benchmark.

Ein alltägliches Szenario: Kundinnen und Kunden rufen an oder schreiben eine E-Mail an Ihr Unternehmen. Sie haben Fragen zu Ihren Tarifen oder sind mit Ihren Preisen bzw. einer Dienstleistung unzufrieden. Ihr Kundenservice-Team muss auf diese unterschiedlichen Anliegen flexibel, kundenorientiert, aber auch vertriebsbezogen reagieren. Gelingt es in diesem Moment, Ihre Leistungen kompetent darzustellen und nachhaltige Loyalität zu erreichen? Auf diese Fragen liefert unser Service Check eine konkrete Antwort.

Über die Mystery Research Methodik untersuchen wir die Stärken und Schwächen im Kundenbeziehungsmanagement Ihres Unternehmens. Im Fokus steht die Analyse wesentlicher Kontaktkriterien wie Erreichbarkeit, inhaltliche Bearbeitung und Soft Skills.



Die besten Unternehmen qualifizieren sich für die Auszeichnung „TOP Performer Service“. Dieses Qualitäts-Label eignet sich optimal für die interne und externe Kommunikation Ihrer überdurchschnittlichen Leistungen im Kundenservice.

Ab dem Frühjahr 2020 bieten wir Ihnen zusätzlich attraktive Analyse- und Deepening-Varianten an. Erweitern Sie Ihren Service Check zum Beispiel um **Mystery Visits** in Ihrem Kundenzentrum, einen **Chat Check** oder lassen Sie Ihre Ergebnisse ergänzend nach **Bearbeitungsteams** (z. B. intern/extern) **auswerten**.

So lässt sich die Kontaktqualität ganzheitlich an den wichtigsten Touchpoints abbilden.

Ihr Nutzen:



- ▶ Valide Kennziffern über den telefonischen, schriftlichen und persönlichen Kontakt an Ihren Kunden-Touchpoints für Unternehmens-Audits/internes Unternehmenscontrolling
- ▶ Performancecheck Ihrer Dienstleister im täglichen telefonischen Kundenkontakt
- ▶ Überprüfung von Vertriebsvorgaben

- ▶ Basiszahlen für zielorientierte interne/externe unternehmensstrategische Maßnahmen
- ▶ Aufdecken von konkreten Optimierungspotenzialen im Kundenservice
- ▶ Qualitätssicherung im Kundenkontakt
- ▶ Bestätigung und Kommunikation herausragender Leistungen durch das imug Top Performer Label möglich

„Gerade im immer präsenteren Wettbewerb ist exzellenter Service und eine hohe Kundenorientierung ein wesentlicher Erfolgs- und Differenzierungsfaktor für Energieunternehmen.“

Der Service Check ist hier ein wichtiges Instrument zur Qualitätssicherung, das konkrete Stärken und Potenziale im direkten Kundenkontakt aufdeckt und greifbar macht. Die Ergebnisse geben Ihnen ein ehrliches Feedback, wie sich Ihr Unternehmen aus Kundenperspektive darstellt. Und hilft Ihnen dabei, Ihren Kundenservice optimal zu gestalten.“

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Je nach Wunsch bieten wir Ihnen unterschiedliche Paketgrößen für die Teilnahme an. Wählen Sie zwischen unserem Basis-Paket (ideal für Einsteiger) oder unserem Profi-Paket (optimal für größere Versorger) und verschiedenen Zusatzmodulen.



Sandra Bartels

Projektleiterin Mystery Research / Beraterin

mail: bartels@imug.de

fon: 0511 1219640

Der nächste **imug Service Check** startet im **März 2020**

Digitalisierung steht vorn

Forum EW Medien „Kundenservice und Beschwerdemanagement“

Zum 17. Mal trafen sich im November 2019 Service-Fachleute der Energie- und Wasserbranche zum BDEW-Forum „Kundenservice und Beschwerdemanagement“ in Kassel. Austausch und Diskussion der Teilnehmenden und Referierenden fokussierten vor allem auf Möglichkeiten, mit exzellentem Kundenservice zu mehr Wachstum und Profitabilität zu kommen.

Die Tagung glänzte durch zahlreiche Fachvorträge und Workshops verbunden mit einer kleinen, aber feinen Fachausstellung. Unter der Devise „aus der Praxis für die Praxis“ stellten Fachleute aus der Branche ihre Erfahrungen vor und gaben praxisrelevante Tipps für den Alltag.

Dabei ging es vor allem um Themen wie die digitale Transformation, Einsatz von KI und das Zusammenspiel von Mensch und Maschine. Aber auch Fragen des Customer

Journey Mapping sowie die Konsequenzen der DSGVO wurden thematisiert. Einen Blick über den Tellerrand lieferte der „Beschwerdeguru“ Wolfgang Seidel zusammen mit einem Co-Referenten aus der Wohnungswirtschaftsversicherung.

Es wurde intensiv diskutiert und einzelne Themen in Workshops vertieft. Auch beim Gesellschaftsabend in dem traditionellen Kasseler Sudhaus ging der Austausch munter weiter. Dieses Jahr treffen sich die Service-Spezialisten vom 24. bis 25. November 2020 in Duisburg. Nutzen Sie bis dahin die Gelegenheit, Themenwünsche einzubringen oder vielleicht sogar Ihr aktuelles Projekt als Praxisbeispiel beim nächsten Mal vorzustellen.



Save the date:
24./25.11.2020

„Wer sich in der Branche in angenehmer Atmosphäre zu den Themen Kundenservice und Beschwerdemanagement austauschen möchte, sollte diese Veranstaltung buchen.“

Sven Kochskämper
Teamleiter Kundenservice Netzkundenservice
wesernetz Bremen GmbH

„Eine insgesamt gelungene Veranstaltung – guter Querschnitt über aktuelle Themen und die Möglichkeit auch zum branchenübergreifenden Blick über den Tellerrand“

Nadine Tetsch,
Abrechnungsservice / Leiterin Zentrales Beschwerdemanagement (ASB)
RheinEnergie AG



www.ew-online.de

„Rahmenbindungen und Themen für Kundenservice und Beschwerdemanagement ändern sich aktuell gewaltig. Treiber sind rechtliche Regelungen (nicht zuletzt die DSGVO) und vor allem die Digitalisierung. Letztere steht in Planung, Analyse und Organisation im Kundenservice und Beschwerdemanagement ganz oben und nimmt umfangreiche Kapazitäten in Anspruch. Die Digitalisierung bietet tolle Chancen und Möglichkeiten für mehr Profitabilität, für Entlastungen im Alltagsgeschäft aber auch für neue Kundenansprachen und Kommunikationsmöglichkeiten. Dennoch: Im Kern bleiben Kundenservice und Beschwerdemanagement ein „people business“, keine Ablauf-

organisation. Für „echte“ Themen (Probleme, Emotionen, Verunsicherungen von Kundinnen und Kunden) braucht es „echte Menschen“, die kompetent und zugewandt kommunizieren. Und die Anforderungen an diese Mitarbeitenden steigen ungemein (Vielzahl der Kommunikationskanäle, Komplexität, Anspruchshaltung der Kundinnen und Kunden, ...). Es gilt also, die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen, dabei aber den Stellenwert der Mitarbeitenden im Kundenservice und Beschwerdemanagement nicht aus den Augen zu verlieren und sie entsprechend auszustatten.“

Gabriele Becker
Dipl.-Volksw. | Senior Projektmanagerin
Team Tagungen | Konferenzen
EW Medien und Kongresse GmbH

mail: becker@ew-online.de
fon: 069 710 46 87-151

Der Mensch im Mittelpunkt

Der Blick über den Tellerrand zeigt: Kommunikation ist vielschichtig

Sie kennen uns aus vielen Jahren, die wir eng mit der Energiewirtschaft zusammenarbeiten. Aber natürlich tummeln wir uns auch in anderen Branchen – so auch ebenfalls schon seit langem in der Wohnungswirtschaft.

In einem Artikel in der Fachzeitschrift „Die Wohnungswirtschaft“ haben wir unsere Zusammenarbeit anhand von drei Beispielen aus der Praxis einmal aufgezeigt. Alle Projekte beschäftigen sich mit der Kommunikation: intern und extern, persönlich oder schriftlich, betont frisch oder eher zurückhaltend. Vielleicht interessiert Sie der Blick über den Tellerrand?

Hier geht es zum Artikel:
www.imug.de

„Kommunikationskanäle passgenau zu nutzen, sorgt für Überzeugungskraft – innen und außen. So unterschiedlich die Projekte auch sind, unerlässlich für den Erfolg sind immer:

- ▶ Arbeit sollte Freude machen: Je frischer und authentischer die Kommunikation ist, desto erfolgreicher ist sie.
- ▶ Bottom up statt top down: Es ist absolut sinnvoll, Mitarbeitende einzubinden. So kommt die Praxis ins Projekt und die Akzeptanz ins Team.
- ▶ Am Ball bleiben: Nur, wenn ein solches Projekt auf Dauer angelegt ist, wirkt es nachhaltig.“

Interessant sind die Gemeinsamkeiten:

- ▶ **Im Mittelpunkt der täglichen Praxis steht der Dialog.** Diese Praxis orientiert sich an den Bedürfnissen der Menschen. Servicestandards sind danach ausgerichtet, schnell, präzise und freundlich reagieren zu können.
- ▶ **Unsere Erfahrung ist:** Nur mit maßgeschneiderten Instrumenten lässt sich eine dauerhafte Qualität in der Kommunikation erreichen. Und besonders bei Situationen, in denen Emotionen eine wichtige Rolle spielen, sollte der Mensch im Mittelpunkt stehen. Daher ist die Haltung der Mitarbeitenden entscheidend für einen erfolgreichen Kontakt.
- ▶ **Und:** Eine Verstetigung ist notwendig. Mit einer Aktion ist nicht alles getan. Damit das Thema „frisch“ und lebendig bleibt, braucht es Maßnahmen zum Nachhalten.



Thorsten Wallbott

Berater

mail: wallbott@imug.de

fon: 0511 121 96 56

Unsere imug Seminare

Mit den richtigen Worten bei Kund*innen punkten

Beschwerde-Werkstatt am 13. Oktober 2020 im imug

Kein Zweifel – heute ist man dankbar für die Gelegenheit, die eigenen Prozesse und Services kritisch betrachten zu können. Und natürlich möchte man die Beziehung zum Beschwerdeführenden selbst weiter stärken, wenn sie oder er sich schon meldet. In unserer Beschwerde-Werkstatt zeigen wir Ihnen, wie Sie aktiv die Beziehung managen und die Beratungschancen bei einer Beschwerde nutzen.



Einige Inhalte aus unserer Beschwerde-Werkstatt:

- ▶ Kund*innen positiv überraschen
- ▶ Beratungschancen auch bei einer Beschwerde nutzen
- ▶ Informationen verständlich transportieren
- ▶ Mit dem Vorteil für den Kunden argumentieren
- ▶ Eine win-win-Lösung anstreben
- ▶ Ein „Nein“ selbstbewusst, aber kundenorientiert vertreten
- ▶ Alternativen finden und „verkaufen“

Weitere Informationen und die Anmeldung finden Sie unter: www.imug.de/beschwerde-werkstatt

Refresher-Werkstatt „Exzellente Korrespondenz“ am 24./25. November 2020 im imug

Schreibkompetenz auffrischen, festigen und konkret anwenden

Ihre Kundenkommunikation ist so vielfältig wie die Wünsche Ihrer Kundinnen und Kunden. Längst sind dem klassischen Schreiben E-Mail, Chat oder WhatsApp an die Seite getreten. Und natürlich sollen auch Ihre Botschaften frisch, freundlich, verständlich und klar sein.

Hier setzt unsere Refresher-Werkstatt an:

Dieses Schreibtraining ist für 1-2 Tage konzipiert und richtet sich an Mitarbeitende und Führungskräfte, die sich täglich mit Kundenkorrespondenz befassen.

- ▶ Sie verfügen über langjährige Erfahrung mit schriftlichen Kontakten?
- ▶ Sie haben bereits an einem Seminar für moderne Korrespondenz teilgenommen?
- ▶ Sie haben vertiefte Kenntnisse und kennen die Anforderungen zeitgemäßen Schreibens?

Dann sind Sie in diesem Seminar genau richtig!

Ihr Nutzen:

- ▶ **Bessere Texte:** prägnant, verständlich, überzeugend.
- ▶ **Vertiefte Kenntnisse:** direkt an Ihrer Praxis ausgerichtet
- ▶ **Konkrete Ergebnisse:** Feinschliff für eigene Texte
- ▶ **Voneinander lernen:** im Austausch mit anderen.
- ▶ **Professionelles Feedback:** auf Augenhöhe.

Fragen? Anmerkungen? Anmeldung?

Sprechen Sie mich gerne an
und sichern Sie sich einen Platz zu Ihrem Wunschtermin ...

Ximena Steckhan
Projektmanagerin
mail: steckhan@imug.de
fon: 0511 121 96 38





Wenn Sie Fragen oder Anregungen zu diesem Newsletter haben, senden Sie uns gerne eine E-Mail an energie-news@imug.de

Wir freuen uns, wenn Sie unseren Newsletter weiterempfehlen.

Falls Sie diesen Newsletter nicht weiter erhalten wollen, senden Sie bitte einfach eine E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe“ an energie-news@imug.de

imug Beratungsgesellschaft mbH
Postkamp 14a
30159 Hannover

fon: 0511 121960
fax: 0511 1219695

web: www.imug.de