

5 Marketing und Vertrieb: Neue Dynamik in Markt und Wettbewerb



Die Öffnung der Energiemärkte in Deutschland zwingt die Versorger auch in den Bereichen Marketing und Vertrieb mittel- und langfristig zum Umdenken. Denn in einem liberalisierten Marktumfeld werden auch Strom und Gas zu Produkten, die es entsprechend an den Kunden zu bringen gilt.

Die Diskussion der vergangenen Monate um den Klimaschutz hat den Ökostrom vom Ladenhüter zu einem der Topseller gemacht. Ende 2007 bezogen in Deutschland rund zwei Millionen Haushalte Ökostrom und in 2008 ist die Nachfrage nochmals gestiegen. Ökostrom ist bekannter geworden, der Markt allerdings nicht übersichtlicher. Grund dafür sind die stark divergierenden Strategien der Anbieter (lokal, regional, bundesweit). Während einige die Vertriebsintensität erhöhen und ihre Marketingaktivitäten verstärken, sind andere lediglich an den positiven Imageeffekten eines Ökostromangebotes interessiert. Was vermag Ökostrom als Produkt also unter anderem bei Margen, Kundenbindung und dem Image des Versorgers zu bewirken?

Können auch Kommunen zukünftig stärker als Kunden der Energieversorger auftreten und technische Dienstleistungen oder Energiedienstleistungen in Anspruch nehmen und damit einen zusätzlichen Markt für die Versorger schaffen? Auch hier gilt es für Versorger, rechtzeitig in den Wettbewerb einzutreten und sich Versorgungsgebiete über attraktive und passende Angebote zu sichern.

Ungeachtet der Langfristigkeit von Konzessionsverträgen ist in diesem Bereich ein verhältnismäßig dynamischer Wettbewerb entstanden, der angeregt wird durch Urteile der jüngeren Vergangenheit, die eine Verpflichtung des unterlegenen, bisherigen Konzessionsnehmers zum Verkauf des Netzes an seinen Nachfolger oder die Kommune bestätigen. Das erfordert auch eine Positionierung der Versorger gegenüber den entsprechenden Kommunen und den anderen Wettbewerbern. Allerdings halten sich viele Versorger bisher eher bedeckt, zum Teil „klagen“ Kommunen sogar über zu wenig Wettbewerb. Dabei ist eine frühzeitige interne Aufstellung – nicht zuletzt zur Sicherung langfristiger Versorgungsgebiete – von entscheidender Bedeutung.

Nach dem Strommarkt befindet sich aktuell auch der Gasmarkt im Aufbruch: Reduzierung der Marktgebiete, Zweivertragsmodell und das Integrierte Energie- und Klimapaket (IEKP) der Bundesregierung (darin bspw. die Novelle der Gasnetzzugangsverordnung) sind nur einige Versuche, um den Wettbewerb im Gasmarkt weiter anzukurbeln. Ein stärkeres Kundenwechselverhalten wie auch eine Intensivierung von Akquisemaßnahmen seitens der Gasversorgungsunternehmen sind bereits regional feststellbar. Abzuwarten wird sein, in welchem Ausmaß die Kunden zukünftig ihre Wechselmöglichkeiten wahrnehmen und damit zur Steigerung der Wettbewerbsintensität im Gasmarkt beitragen. Die Gasversorger sind vor diesem Hintergrund aufgefordert, ihre Strategien sowohl im Hinblick auf die Bindung der Bestandskunden und Kundenrückgewinnung als auch auf Neukundengewinnung anzupassen.

6.1 Energieeffizienz wichtigste Anforderung an die Technologie in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

In der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft gewinnt das Contracting als Vertragsform für das Erbringen von Energiedienstleistungen zunehmend an Bedeutung. Vor dem Hintergrund steigender Energiepreise, der aktuellen Klimaschutzdebatte und des in diesem Zusammenhang ab diesem Jahr vorgeschriebenen Energieausweises für Wohn- und Gewerbegebäude bietet Contracting viele Einsparmöglichkeiten zur Umsetzung von Effizienzverbesserungen in Energieerzeugungs- und -nutzungsanlagen.

Der Vorteil bei der Nutzung von Contracting-Angeboten ist, dass Contracting-Anbieter auf die speziellen Anforderungen des Kunden und deren finanzielle Situation eingehen, so dass dieser sich beispielsweise wieder auf die eigenen Kernkompetenzen konzentrieren kann. Stadtwerke und Energieversorgungsunternehmen können sich durch das Anbieten von Contracting-Leistungen aktiv im Markt positionieren und diese Form der Energiedienstleistung als Kundenbindungsmaßnahme nutzen. Der weiteren Marktentwicklung stehen aber nach wie vor rechtliche Hindernisse im Weg. Insbesondere das bestehende Mietrecht hindert die Wohnungs- und Immobiliengesellschaften noch oft daran, die Leistungen eines Contractors zu nutzen.

Die zweite Auflage der Studie „Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft“ nimmt das Thema Contracting auf und beantwortet viele Fragen, die im Zusammenhang mit der aktuellen und zukünftigen Entwicklung des Marktes zu stellen sind, so zum Beispiel: Welcher Fortschritt ist im Markt für Contracting in Bezug auf Bekanntheit und Durchdringung zu verzeichnen? Welche Anforderungen stellen die Zielkundengruppen an die Dienstleistung und die Anbieter von Contracting?

Steigender Anteil bei der Anwendung von Contracting

Contracting und die damit zusammenhängenden Leistungen sind sowohl den befragten Unternehmen aus der Wohnungs- als auch der Immobilienwirtschaft weitgehend bekannt. Im Vergleich zur Vorgängerstudie hat sich die Bekanntheit leicht gesteigert. Knapp 30 Prozent der Unternehmen nutzen derzeit Contracting-Angebote. Damit hat sich der Anteil der Contracting-Anwender gegenüber 2004 um zehn Prozent gesteigert (vgl. Abbildung 6.1.1).

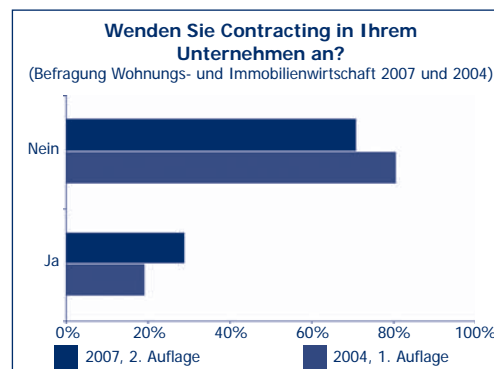


Abbildung 6.1.1: Anwendung von Contracting

Bei den befragten Unternehmen, die zusätzlich zum Bereich der Wohnimmobilien auch Gewerbeimmobilien unterhalten, ist die Anwendung von Contracting etwas verbreiteter. Die Ursache dafür ist in

8.6 Deutlicher Anstieg der Stromerzeugung aus Windenergie durch Repowering - falls politische Hindernisse überwunden werden

Die Ziele der Bundesregierung zum Ausbau der regenerativen Energieerzeugung sind ehrgeizig. Durch die Novellierung des EEGs haben sich die Rahmenbedingungen für die Windenergie wesentlich verbessert. Dabei wurde auch das Repowering (Ersatz alter durch neue, leistungsfähigere Anlagen) von Windenergieanlagen (WEA) berücksichtigt, so dass sich große Potenziale für den Markt ergeben. Insbesondere gilt dies für die norddeutschen Bundesländer, in denen in den 90er Jahren viele Anlagen und Parks errichtet wurden (vgl. Abbildung 8.6.1). Das Referenzszenario von trend:research prognostiziert bis zum Jahr 2015 einen Zuwachs sowohl an neu installierter Leistung als auch an erzeugter Strommenge durch Repowering.

In der Windenergiebranche wird aufgrund der zunehmenden Verknappung geeigneter Standorte an Land das weitere Wachstum hauptsächlich aus dem Bereich der Offshore-Windenergie und dem Repowering bestehender Standorte kommen. Der Markt für das Repowering von Windenergieanlagen spielte bislang nur eine untergeordnete Rolle, wird jedoch in den kommenden Jahren, nicht zuletzt aufgrund der EEG-Novelle in 2009, zunehmend an Bedeutung gewinnen. Durch das Erneuerbare-Energien-Gesetz wird den Anlagenbetreibern je nach Zeitpunkt der Inbetriebnahme ein fester Vergütungssatz und die gesicherte Abnahme des erzeugten Stromes über 20 Jahre hinweg garantiert.

Werden darüber hinaus die maßgeblichen genehmigungsrechtlichen Hindernisse wie Höhenbegrenzungen und Mindestabstände überwunden, kann durch Repowering von WEA ein substanzieller Beitrag zum Ausbau der Windenergie in Deutschland

geleistet werden. Grund dafür ist auch die Weiterentwicklung der möglichen Anlagenleistung. Während Neuanlagen im Jahr 1995 noch eine installierte Leistung von 600 kW erzielen, können mittlerweile Nennleistungen von 5 Megawatt (MW) erreicht werden. Aufgrund der Altersstruktur der deutschen Windparks ist insbesondere

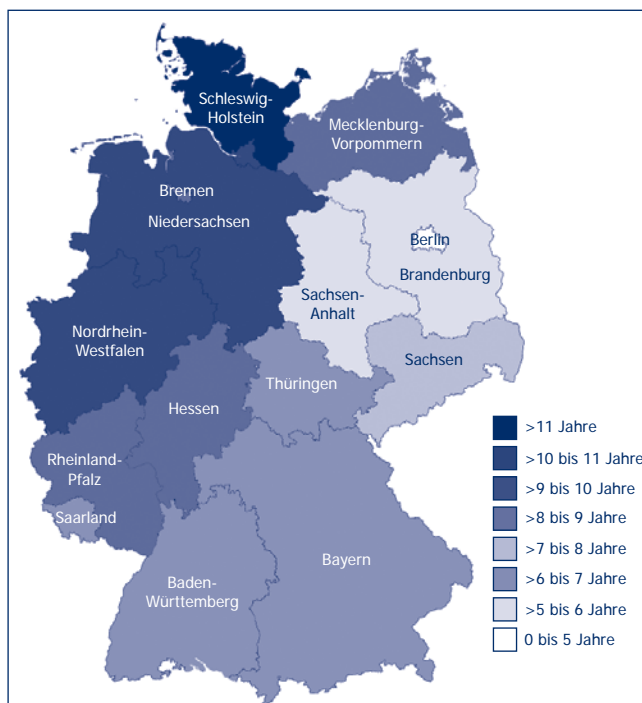


Abbildung 8.6.1: Durchschnittliches Alter bestehender Windenergieanlagen (Stand 2008)