Studie

Der Fokus liegt auf Bestandskunden

[11.05.2016] In einer Studie haben Energieversorger die Zukunftsfähigkeit ihres Geschäftskundenvertriebs bewertet. Die Hälfte der Befragten sieht ihr wesentliches Betriebsziel in der Sicherung des Bestandsgeschäfts. Kostendruck hemmt Investitionen und Innovationen.

Die Energieversorger fokussieren beim Wettbewerb um Geschäftskunden regionale Angebote, erweitert um den Ausbau zusätzlicher Dienstleistungsangebote. Wesentliches Vertriebsziel ist dabei die Konzentration auf die Sicherung der Bestandskunden. Das ist ein Ergebnis einer Studie von Energieforen Leipzig und ConVista Consulting. Die Studie basiert auf einer Analyse von 33 Energieversorgungsunternehmen. Die Teilnehmer bewerteten dabei Einflüsse, Produkte, Prozesse und Organisationsformen ihres Geschäftskundenvertriebs. Wie Energieforen mitteilt, wollen Energieversorger sich zunehmend als lösungsorientierter Partner außerhalb des Commodity-Geschäfts positionieren. Sie bieten dazu Dienstleistungen an, die sich mit dem Verkauf von Energie kombinieren lassen. Die angebotenen Varianten dazu sind vielfältig und reichen von Beschaffungsoptimierung über Contracting-Leistungen bis hin zu White Labeling. Die Studie zeigt aber auch auf, dass viele Energieversorger ihr wesentliches Vertriebsziel in der Bestandssicherung innerhalb des Geschäftskundengeschäfts sehen und sich damit auf die Absicherung des bestehenden Marktanteils konzentrieren. Laut der Meldung ist dies mit 52 Prozent das meistgenannte Ziel.

Dringend neue Lösungen etablieren

Außerdem reagieren die beteiligten Unternehmen eher auf die Einflüsse aus dem disruptiven Wettbewerb und auf die politischen Anforderungen, anstatt proaktiv in neue Leistungen zu investieren. „Die Unternehmen reagieren in dieser jetzigen Marktsituation zunächst richtig und versuchen, mit einer Kostenreduzierung in ihren Prozessen den Margenverfall zu stoppen," sagt Torsten Lindner, Managing Partner bei ConVista. „Allerdings gibt die aktuelle Marktsituation zumindest mittelfristig kaum Anlass zur Hoffnung. Die Energieversorger sollten sich ihren Kunden mit intelligenten, ergänzenden Leistungsangeboten präsentieren. Deshalb sollten sie sich zwingend darüber Gedanken machen, mit welchen Leistungen sie zukünftig Geld verdienen wollen." Die Versorger sollten nicht warten, bis branchenfremde Unternehmen in den Markt eintreten." Größere, komplexere Leistungsangebote für die Kunden der Energieversorger werden deshalb in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen. Die Energieversorger stellen aber auch fest, dass ihre eigenen Vertriebsorganisationen oftmals organisatorisch und prozessual weiterentwickelt werden müssen, um diese Leistungsangebote am Markt zu verkaufen. „Um neue Lösungen am Markt erfolgreich zu platzieren, ist eine gut aufgestellte Organisation entscheidend", erläutert Mandy Freudenberg von Energieforen. „Die Schaffung effizienter Vertriebsstrukturen und Vertriebsprozesse sowie die Optimierung der Team-Zusammenarbeit werden als wichtige Einflussgrößen identifiziert." Daraus lasse sich laut der Meldung ableiten, dass die Energieversorger gefordert sind, eine Unternehmenskultur zu etablieren, die es erlaubt, Innovationen zu entwickeln und neue Lösungen am Markt zu etablieren.

(an)

Hier die Studie kostenfrei bestellen.

Stichwörter: Unternehmen, ConVista Consulting, Energieforen, Studie