

Studie

Versorger werden mehr kooperieren

[10.12.2019] Eine aktuelle Expertenbefragung des Beratungsunternehmens Simon-Kucher & Partners zeigt, dass Kooperationen inner- und außerhalb der Energieversorgerbranche großes Potenzial haben. Dafür würden steigende Kosten sorgen und die Forderung der Kunden nach mehr Digitalisierung.

Der Energieversorger der Zukunft muss sich einer Reihe von Herausforderungen stellen. Privat- und Industriekunden erwarten mehr digitale Dienstleistungen, die Energiewende bedingt einen neuen, komplexen regulatorischen Rahmen und die Wettbewerbssituation gewinnt nicht zuletzt durch das Aufkommen innovativer Start-ups an Schärfe. Um in diesem Umfeld zu bestehen, müssen Energieversorger agiler, spezialisierter und kooperativer handeln. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Expertenbefragung der Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners.

90 Prozent der befragten Entscheider von Energieunternehmen sind sich der Studie nach einig, dass der Kostendruck in der Branche noch weiter zunehmen wird. „Die Branche ist stark umkämpft. Durch die veränderten Kundenansprüche und immer wieder neue, digitale Möglichkeiten sind Energieversorger gezwungen, Bereiche wie Kundenservice, Vertrieb, Marketing und Energiehandel zu digitalisieren“, sagt Thomas Haller, Partner bei Simon-Kucher. Weniger als die Hälfte der befragten Experten sähen sich darauf jedoch gut vorbereitet. Um trotz dieser Herausforderungen weiter erfolgreich zu sein, gehen 90 Prozent der Studienteilnehmer davon aus, dass Energieversorger in Zukunft deutlich agiler vorgehen werden. 83 Prozent sagen Energieversorgern eine starke Spezialisierung voraus und ebenfalls 90 Prozent prognostizieren, dass Kooperationen zunehmend Teil des Geschäftsmodells von Energieunternehmen werden.

Im Fokus der Branche stünden vor allem Kooperationen. Über 75 Prozent der Studienteilnehmer kooperieren bereits mit Start-up-Inkubatoren, zwei Drittel arbeiten mit größeren energiewirtschaftlichen Dienstleistern zusammen. Die Studie zeige, dass die Kooperationen vor allem dabei helfen sollen, in den Bereichen Elektromobilität, Energiehandel und Customer-Service gut aufgestellt zu sein. Die befragten Energieversorger wollen durch Partnerschaften vor allem ihr Bestandskundengeschäft sichern sowie die Neukundengewinnung vorantreiben. Ein großer Teil der Befragten will auch Kosten senken.

(ur)

Stichwörter: Unternehmen, Simon-Kucher, Studie