

Ein Viertel des EVU-Umsatzes stammt in 10 Jahren aus Dienstleistungen

Die Bedürfnisse der Kunden nach regionalen und klimaneutralen Dienstleistungen steigen. Das Beratungshaus BET sieht hier einen vielversprechenden Wachstumspfad für Stadtwerke.

07.02.2021



"Wir wollen über Szenarien in die Diskussion über die zukünftige Ausrichtung der EVU kommen.": Corinna Semling (links) und Christiane Michulitz vom Aachener Beratungshaus BET haben die Studie "Das EVU 2030 - Wie sieht die Organisation der Zukunft aus?" herausgegeben.

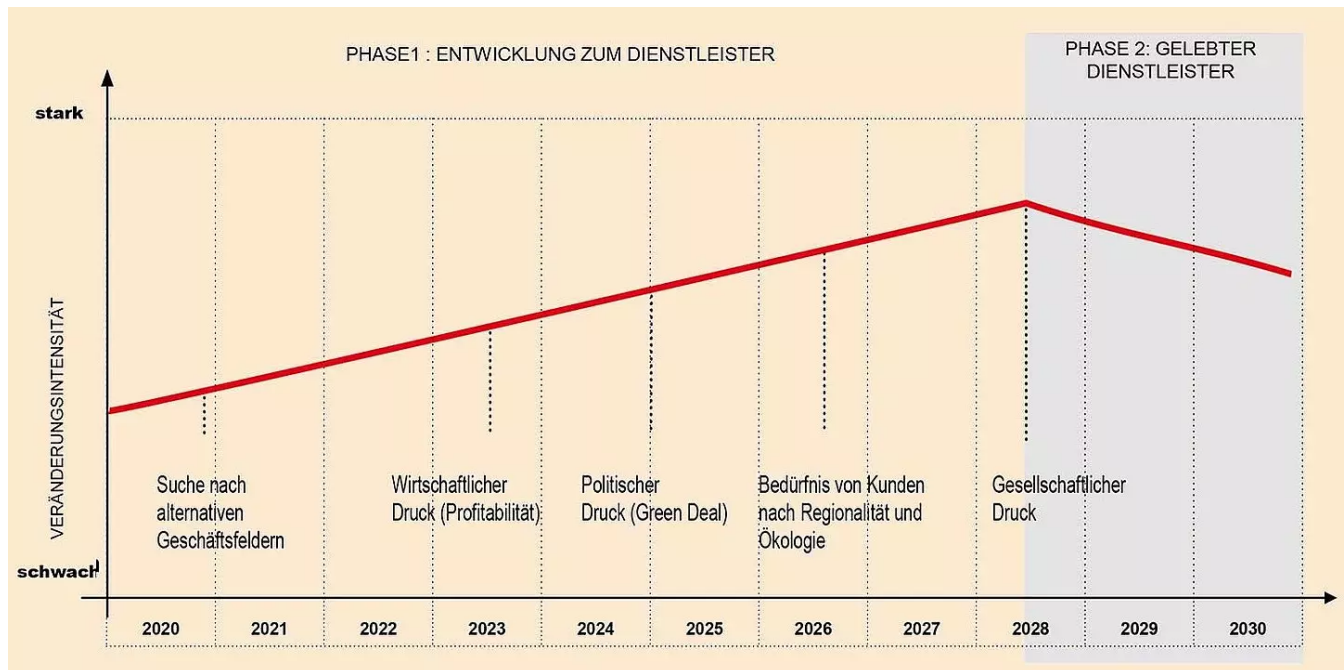
Bilder: BET, Aachen

Energieversorger werden sich in den nächsten zehn Jahren zu regionalen Dienstleistern entwickeln. Ob Bündelprodukte, konventionelle technische Dienstleistungen oder Händlerplattformen - bis 2030 könnten Stadtwerke bis zu 25 Prozent ihres Umsatzes in diesem Geschäftsfeld generieren. Das Commodity-Geschäft hingegen werde weiter schrumpfen. So lautet eine der Thesen, in der Studie „Das EVU 2030 – Wie sieht die Organisation der Zukunft aus?“ des Aachener Beratungsunternehmens BET.

Interviews mit Branchenexperten

In der Untersuchung wird ein Reifegradmodell für zentrale Funktionen von Energieversorgern entwickelt, die künftige Veränderungsdynamik in zentralen Bereichen aufgezeigt und thesebasiert ein Bild von der Energiebranche der Zukunft entwickelt. Die Thesen wurden in strukturierten Interviews mit Branchenexperten diskutiert, hinterfragt und angereichert. „Wir wollen über Szenarien in die Diskussion über die zukünftige Ausrichtung von EVU kommen, denn nach unserer Erfahrung sind die Bilder von der Zukunft in der Gegenwart

handlungsleitend“, sagen die Herausgeberinnen Christiane Michulitz und Corinna Semling.



Bis 2028 erwartet das Beratungsunternehmen BET einen starken Veränderungsdynamik in der Energiebranche mit Blick auf die Rolle als Regionaler Dienstleister. Treiber sind neben wirtschaftlichen Zwängen, der Green Deal der EU und sich verändernde Kundenbedürfnisse.

Grafik: BET, Aachen

Regionale Online-Plattform als Herzstück

Für Energieversorger werde es 2030 selbstverständlich sein, sowohl mit "Privat-, Gewerbe- als auch Industriekunden diverse Vertragsverhältnisse für regionale Dienstleistungen zu haben", heißt es in der Studie. Dank einer Produkt- und Lösungsvielfalt entwickle sich ein neues margenstarkes Geschäftsfeld. Zentraler Bestandteil hierfür sei neben den herkömmlichen Kanälen eine regionale Online-Plattform für den Vertrieb eigener und fremder Lösungen. Dieses Angebot erhöhe auch die Attraktivität ländlicher und urbaner Regionen.

„Sich jetzt auf den Weg zu machen und bis in zehn Jahren die eigene Regionalität in den Kontext einer ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeit zu setzen, könnte ein kluger Wachstumspfad für die EVU sein“, so die Studienautoren. Insbesondere beim Thema Klimaneutralität und entsprechenden Produkten aus der Umgebung wird großes Potenzial gesehen, etwa für Prosumer- oder Contractinglösungen oder rund um die E-Mobilität sowie Dekarbonisierungslösungen für Industrie- und Gewerbekunden.

Auch Äpfel im Angebot sind denkbar

Denkbar sei dabei, dass Stadtwerke neben Energiedienstleistungen künftig auch andere regionale Produkte, wie Äpfel oder Handwerksleistungen, vertreiben. Die regionale Online-Plattform fungiere dabei als ein lokaler virtueller Marktplatz. Das jeweilige EVU sei dabei sowohl in der Rolle des Kundenvertriebs als in der Vernetzung mit interessanten regionalen Anbietern tätig.

Damit sich ein solcher Angebotsmix lohnt, sollte mit Blick auf die Margen ein signifikanter Teil der Dienstleistungen in Eigenregie erbracht werden. Gefordert seien die Unternehmen hier sowohl bei der Produktentwicklung als auch bei der Dienstleistersteuerung: diese müssten zu betrieblichen Kernkompetenzen

werden.

Individuelle und flexible Vertragsgestaltung

Neben Regionalität, Preis und Qualität würden aber auch Flexibilität und Individualität immer wichtiger bei der Produktentwicklung. Flexibilität sei unter anderem bei der Vertragsgestaltung, der Zusammenstellung von Produktmodulen und der zeitlichen Erreichbarkeit erforderlich. Über passende Produktbündel und bei der Beantwortung von Kundenanfragen sollte hingegen das Thema Individualität adressiert werden.

Neue Wege im Marketing

Um als regionaler Dienstleister zu reüssieren und wahrgenommen zu werden, müsse aber auch die eigene Sichtbarkeit in der Region geschärft werden. Erforderlich hierfür sei ein gezieltes regionales Marketing, die Weiterentwicklung einer starken Marke und die Bewerbung von Cross-Selling-Potenzialen.

„Wir müssen weg vom Marketing mit der Gießkanne. Das Marketing wird in Zukunft digitaler, individueller und damit effektiver“, bringt es Ulrich Längle, Geschäftsbereichsleiter Vertrieb und Prokurist bei den Stadtwerken Augsburg in einem der strukturierten Interviews zu diesem Zukunftsszenario auf den Punkt.

Die Studie enthält vier weitere thesenbasierte Zukunftsszenarien zum Kundenservice, dem Energiehandel, der Netzplanung, dem Messstellenbetrieb und dem Kundenservice der Zukunft. (hoe)

Ob Fachkräftemangel, Kernprozesse oder Automatisierung: Einen weiteren Artikel darüber, wo das Beratungsunternehmen BET in den kommenden Jahren eine große Veränderungsdynamik in der Energiewirtschaft erwartet, lesen Sie in der Februarausgabe der ZfK. Diese erscheint am Montag, 8. Februar. Zum Abo geht es hier.