



Clemens Sommer (links), Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts creative analytic 3000 und Volker Plocher, Geschäftsführer lead and sale, führen aktuell zum vierten Mal die Studie „Stadtwerke: Kunden gewinnen und binden“ durch.

Bild: © creative analytic 3000/lead and sale



NACHRICHTEN

31.08.2020

Stadtwerke-Studie: Der Druck nach alternativen Wertschöpfungs-Modellen wächst

An Ideen mangelt es nicht, häufiger an geeignetem Personal. Die Auswirkungen von Corona sind indes noch überschaubar. Das zeigen die Ergebnisse der ersten, qualitativen Phase der Studie Stadtwerke 2021.

Unabhängigkeit vom Commodity-Geschäft und die Suche nach neuen Geschäftsfeldern beschäftigen die Stadtwerke stark, die Suche nach neuen Geschäftsmodellen gestaltet sich durchaus schwierig. Regional, nicht zu weit vom Kerngeschäft und möglichst digital sollen sie sein. „Das bestätigt uns auch unsere Erfahrung bei über 50 Stadtwerken“, weiß Volker Plocher, Geschäftsführer der lead and sale GmbH.

„Viel Spannendes kam zu Tage“

Gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut creative analytic 3000 führt die auf die Energiebranche spezialisierte Unternehmensberatung aktuell zum vierten Mal die Studie „Stadtwerke: Kunden gewinnen und binden“ durch. Zusätzlich zur bekannten 360-Grad-Befragung von 1000 Stadtwerke-Kunden und 50 Stadtwerke-Entscheidern wurden dieses Jahr in einer Vorabstufe elf Entscheider qualitativ in Video-Interviews befragt. „Dabei kam viel Spannendes zu Tage“, sagt Clemens Sommer, Geschäftsführer creative analytic 3000.

„Es werden kreative Köpfe gesucht“

Viele Stadtwerke täten sich noch schwer bei der Suche nach alternativen Wertschöpfungsmodellen, führt Volker Plocher weiter aus. „Häufig fehlt es nicht an Ideen, sondern an geeignetem Personal. Vor allem im Bereich Produktmanagement und IT, aber auch im Vertrieb und Marketing“, so Plocher. „Es werden kreative Köpfe, mit dem Mut neue Wege beschreiten zu wollen, gesucht“, bekräftigt Sommer. Das seien Personen, die bereit sind, eine neue (Kunden-)Perspektive einzunehmen und dazu beitragen, alte Strukturen aufzubrechen.

Erfreulich sei laut den ersten Ergebnissen, dass die Auswirkungen von Corona bisher noch überschaubar sind. So werde die Pandemie sogar als Triebfeder und Beschleuniger vor allem im Bereich Digitalisierung gesehen.

Entscheider-Befragung startet im September

Weitere wichtige Erkenntnisse zu Kundenbedürfnissen wie Produkten, Vertriebskanälen und Kundenbindungsmaßnahmen wird die nach Abschluss der zweiten und dritten Phase Anfang 2021 erscheinende Studie aufzeigen. Die Befragung der Stadtwerke-Entscheider startet im September. Auch dieses Mal erhalten die 50 teilnehmenden Stadtwerke die komplette Studie zum Sonderpreis von 99 Euro (statt 799 Euro).



Der Link zur Teilnahme kann per E-Mail unter info@leadandsale.de angefordert werden. Die im hessischen Wöllstadt angesiedelte lead and sale GmbH ist spezialisiert auf Vertrieb, Marketing und Produktmanagement in der Energiewirtschaft und hat bereits über 50 Energieversorger bei der Entwicklung von Strategien und als Interimsmanager unterstützt. (hoe)

Zum Newsletter anmelden