Vertriebskanal Internet – Neue Lösungen für den Geschäftskundenvertrieb

Mit dem energiemarktplatz.de entsteht eine neue neutrale Akquise-Plattform für das B2B-Segment

Im Privatkundenmarkt ist das Internet bereits seit Jahren der wichtigste Vertriebskanal zur Neukundengewinnung. Auch für den Geschäftskundenvertrieb liegen die Vorteile auf der Hand: Zu minimalen Akquisekosten werden Anbieter und Nachfrager passgenau zusammengebracht. Dies gilt für die klassischen Strom- und Gaslieferungen und ebenso für die Wachstumsmärkte Energiedienstleistungen und Bioenergie.

VON MATTHIAS MEYN UND HANS-JÜRGEN ROHWER

Energiemarktplatz.de verfolgt ein neuartiges Konzept: Einzelmarktplätze für Strom, Gas, nachwachsende Rohstoffe, Contracting und Energieeffizienz werden online unter einem Dach organisiert. Der Betreiber des Portals ist das Hamburger Start up EMP Energie AG. Die Gründer kommen aus der Beratungs- und Werbebranche und bringen langjährige, ope-

Anzeige

rative Erfahrungen aus der Energiewirtschaft ein. Ab dem 5. Oktober 2009 steht

dem Markt mit energiemarktplatz.de ein innovatives Portal zur Verfügung und läutet ein neues Internet-Zeitalter für Energieausschreibungen ein.

Marktplatz Betreibermodelle

Käufer-, Makler- oder Verkäufer-Plattform Grundsätzlich muss zwischen drei Betreibervarianten differenziert werden. Der Käufer-Plattform (Buy-Side), der Verkäufer-Plattform (Sell-Side) und der Makler-Plattform (Broker). Käufer-Plattformen werden von wenigen starken Käufern betrieben, die durch ihre Einkaufsmacht Mengendegressionseffekte erzielen wollen. Auf den Verkäufer-Plattformen

sind die Anbieter von Leistungen gleichzeitig auch die Betreiber der Plattform, sie dienen häufig vorrangig dem Kundenbeziehungsmanagement und der zentralen Auftragsabwicklung. Auf der Makler-Plattform treffen viele Nachfrager auf viele Anbieter, der Betreiber ist in dieser Variante neutral (vgl. Abb. 1).

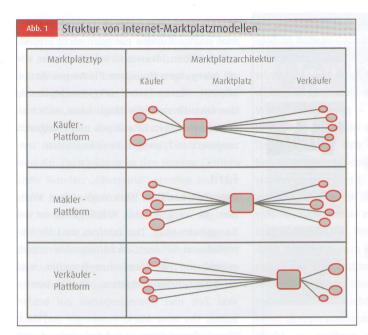
Analyse der Betreibermodelle in Bezug auf die Aufgaben des Geschäftskunden-vertriebes Die klassische Käufer-Plattform hat bei den Energieprodukten den Nachteil, dass im line durchgeführt werden. Für das typische Mittelstandskundensegment besteht jedoch der Nachteil, dass sich die Geschäftskunden auf verschiedene Verkäuferportale begeben müssten, um unter Wettbewerbsbedingungen den passenden Lieferanten zu finden. Dies erscheint unrealistisch, da der typische Geschäftskunde sich nur einbis zweimal im Jahr um Energiefragestellungen kümmert und sich deshalb nicht in diverse Verkäuferportale einarbeiten wird.

www.enet.eu

Geschäftskundensegment mit individuellen Lastprofilen keine Mengendegressionseffekte erzielt werden können. Weist das Lastprofil einen hohen Off-Peak-Anteil aus, so sind niedrige Preise unabhängig von der Gesamtmenge zu erzielen. Somit lohnt sich der Aufwand des Betriebes einer Plattform nicht für die Käuferseite.

Die Verkäufer-Plattform hat ihre Stärke im administrativen Bereich des Geschäftkundenvertriebes. Hier können vor allem für größere Industriebetriebe komplexe Dienstleistungen wie Portfoliomanagement und Risikomanagement effektiv onDie wichtigste Eigenschaft der Makler-Plattform ist die Neutralität – Nach-

frager und Anbieter kommen auf neutralem Boden zusammen. Diese Eigenschaft ist auf allen Märkten mit hohem Wettbewerbsdruck und standardisierten Produkten besonders gefragt. Geht es um neue Dienstleitungen und Produkte, kann eine neutrale Plattform Hemmschwellen bei Nachfragern abbauen, da der Betreiber mit seinem Know-how für die Qualität der gehandelten Produkte Sorge trägt. Die Makler-Plattform ist daher prädestiniert für alle Arten von Energjeausschreibungen und für alle Formen der Geschäftsanbahnung, in denen Neutralität eine wichtige Rolle spielt.



beim EVU auf den Prüfstand kommen. Ein Ergebnis dieser Analyse beim EVU wird der Aufbau eines Vertriebskanals via Internet für das Segment der Geschäftskunden sein. Forciert wird diese Entwicklung zusätzlich durch den angebotspreisrelevanten Faktor Zeit: Durch die Abwicklung über das Internet können die Bindefristen und damit die Risikozuschläge der EVU

zum Vorteil der Kunden reduziert werden. Unter den beschriebenen Effizienzgesichtspunkten kann die klassische Papierausschreibung letztlich sukzessive durch eine Onlineabwicklung ersetzt werden.

Marktplatz Strom und Gas

Harmonisierung der Vertriebsprodukte und Online-Abwicklung

Im Strom- und Gasvertrieb für Geschäftskunden bildet sich der Trend zur zunehmenden Standardisierung und Harmonisierung der angebotenen Produkte aus. Die Abkehr von individuell zugeschnittenen Preismodellen hin zu transparenten und für mittelständische Kunden vergleichbaren Angeboten leitet sich aus der Umsetzung des Unbundlings ab. Jeder Energievertrieb hat in seine Angebotskalkulation neben dem Energieanteil und der Marge den identischen Kostenblock für Netznutzungsentgelte, Steuern und Abgaben einzupreisen, die eins zu eins an den Endkunden weitergereicht werden. Somit konzentriert sich der Endkunde bei der Bewertung der Angebote ausschließlich auf den Energiepreisanteil.

Der beobachtbare Trend zur Standardisierung führt zu der Frage, ob der klassische Ausschreibungsweg – mit dem Versand der Ausschreibungsunterlagen, einem persönlichen Gespräch mit potentiellen Anbietern und einer oder mehreren Nachverhandlungsrunden – noch zeitgemäß ist. Angesichts eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds werden zunehmend Kostensenkungsmaßnahmen durchgeführt, bei denen auch der Energie-Ausschreibungsprozess für Geschäftskunden und die Vertriebskosten

Marktplatz Nawaro

Neue Beschaffungskonzepte für den Wachstumsmarkt Bioenergie

Ausgelöst durch den Klimawandel und den damit verbundenen politischen Maßnahmen zur Verringerung des CO₂-Ausstoßes ist auch die energetische Nutzung der Biomasse in den vergangenen Jahren aufgrund der finanziellen Anreize des EEG erheblich ausgebaut worden. So hat sich der Primärenergieanteil der Biomasse im Zeitraum von 2004 bis 2008 von 2,3 Prozent auf 5,3 Prozent mehr als verdoppelt. Perspektivisch hält der Bundesverband Bioenergie im Jahr 2020 einen Primärenergieanteil von 10 Prozent und im Jahr 2030 von 15 Prozent für möglich.

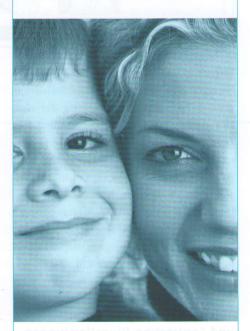
Diese Entwicklung hat zur Folge, dass der Markt für Rohstoffe und Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette vom Energiepflanzenanbau bis zur Energielieferung erheblich wachsen wird. Demnach werden bei der Erzeugung auch immer mehr Klein- und Kleinstanlagen durch großtechnische Anlagen ergänzt und teilweise abgelöst. Die damit verbundene Konzentration der Erzeugungskapazitäten führt mittelfristig zu einer Auf-

hebung der räumlichen Nähe von Rohstofferzeugung und Energieproduktion und letztlich zur Auflösung lokaler und regionaler Bezugsstrukturen. Daraus ergeben sich auf den beiden zentralen Stufen der Wertschöpfungskette neue Herausforderungen: einerseits das zunehmende Interesse der Produzenten von

Anzeige



Liebe Stadtwerker! Sie tun das Beste für Ihre Kunden.



Wir tun das Beste für Sie.

Die KOM-STROM AG stärkt Stadtwerke in der **Gas- und Strom**beschaffung, mit maßgeschneiderten Dienstleistungen und durch Know-How-Transfer: www.kom-strom.de



Biomasse, ihre Produktion überregional zu vermarkten; andererseits die Gewährleistung einer kostengünstigen Versorgung der eigenen Anlage für die Betreiber. Beide Seiten stehen damit vor der Frage, wie sie in einem unübersichtlichen Markt, der bisher nicht einheitlich organisiert ist, ihr Gegenüber zielsicher finden können. Hier bietet sich das Internet für eine einfache zentrale Lösung geradezu zwingend an. Jedem Anbieter bzw. Nachfrager wird auf energiemarktplatz.de ermöglicht, in den relevanten Einzugsgebieten Abnehmer bzw. Zulieferer zu finden.

Marktplatz Energieeffizienzund Contracting-Dienstleistungen

Geschäftsanbahnung bei komplexen Produkten

Um die CO₂- Einsparung zu realisieren, gilt es, neben dem Einsatz von Biomasse zur Energiegewinnung die Energieeffizienz zu steigern. Die verstärkte staatliche Förderung und die zukünftig wieder steigenden Energiepreise lassen Investitionen in Energiesparmaßnahmen auch für Unternehmen interessanter werden, die ihren Energiekosten betriebswirtschaftlich bislang wenig Beachtung schenkten.

Der Contracting-Markt wird in Anbetracht der Energieeffizienzzielsetzungen als Katalysator fungieren und dadurch mittelfristig überdurchschnittlich wachsen. Für diese These spricht insbesondere die Finanzierungsfunktion des Contractings: Vor dem Hintergrund einer extrem prekären Haushaltslage wird sie für den öffentlichen Sektor vielfach die einzig realistische Möglichkeit sein, notwendige Investitionen, wie etwa energetische Gebäude- und Heizungssanierungen, durchzuführen. Aufgrund des somit zu erwartenden Marktwachstums besteht für EVU die Möglichkeit, in Zeiten sinkender Erträge in den bisherigen Kernmärkten zusätzliche Deckungsbeiträge aus bestehenden Kundenbeziehungen zu realisieren und neue Ansätze zur Kundenbindung zu entwickeln.

Darüber hinaus bietet das Outsourcing der Energieeffizienz-Maßnahmen gerade auch für kleine und mittlere Industrieunternehmen eine Möglichkeit zur Ertragssteigerung. Expertisen und Skaleneffekte der Contract-ing-Anbieter stehen einem einzelnen Mittelständler schließlich in der Regel nicht zur Verfügung.

Aus vertrieblicher Perspektive bietet sich auch in den Wachstumsmärkten Energieeffizienz und Contracting eine neutrale Plattform an, die den Bedürfnissen unterschiedlicher Kundengruppen Rechnung trägt: Erstens brauchen die Ausschreibenden von Einzeldienstleistungen oder Projekten einen Weg, in einem auch auf der Anbieterseite stetig wachsenden Markt passgenaue Lösungen

für ihre konkreten Anliegen zu finden. Zweitens suchen Kunden mit noch nicht projektreifen Plänen Ideen und Informationen, die als Anregungen für eigene Planungen dienen können. Hierzu bietet energiemarktplatz.de den Dienstleistern die Möglichkeit, sich umfassend mit ihren Leistungen und erfolgreich umgesetzten Lösungen zu präsentieren.

Fazit

Jede Zeit hat ihre Werkzeuge. Diese Weisheit gilt auch für das B2B-Segment in der Energiewirtschaft. Das Internet wird als Vertriebskanal für den Geschäftskundenvertrieb zunehmend die klassischen Angebot- und Nachfrageprozesse ersetzen. Treiber hierfür sind Zeit und Kostenersparnis auf beiden Seiten. Der neue Markt Bioenergie und neue Energiedienstleistungsprodukte sind auf eine rasche Verbreitung angewiesen, nur so lassen sich die ambitionierten Klimaziele in den geplanten Zeiträumen erreichen. Die systematische Geschäftsanbahnung über einen neutralen Energiemarktplatz leistet hierfür einen wichtigen Beitrag. Die Anzahl der Online-Transaktionen im B2B-Energiebereich wird in den nächsten Jahren rasant ansteigen. Daraus folgt, dass die Energiewirtschaft bereits heute ihre Strukturen an die neuen Werkzeuge anpassen muss.

zur Person

Matthias Meyn

- · Jahrgang 1971
- · Studium Elektrische Energietechnik, Kiel
- 1997-2007 Verschiedene Leitungspositionen im Energievertrieb/Handel
- · seit 2007 Geschäftsführung Mero Consult GbR
- · seit 2009 Vorstand der EMP Energie AG

Hans-Jürgen Rohwer

- · Jahrgang 1956
- · Studium der Volkswirtschaftslehre
- bis 1999 kaufmännische Positionen in den Branchen Schifffahrt, Verkehr, Gesundheitswesen
- 1999-2007 Leitung Finanzen und Einkauf, Leitung Konzerncontrolling eines mittelgroßen Energieversorgungsunternehmens
- · seit 2007 Geschäftsführung Mero Consult GbR
- · seit 2009 Vorstand der EMP Energie AG