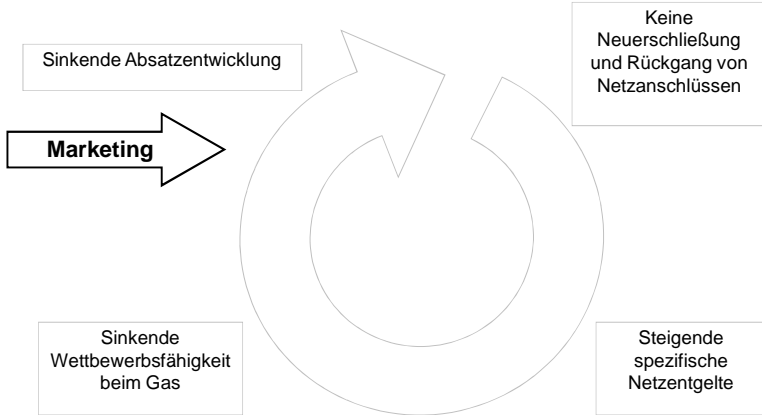


Preis des Fördervereins der Hochschule Zittau/Görlitz 2010

Preisträger/in: Dipl.-Wirtsch.-Ing. (FH) Anja Lobstein, Fakultät Wirtschafts- und Sprachwissenschaften

Thema: „Entwicklung einer Marketing- und Vertriebsstrategie zur Neukundengewinnung und Bestandssicherung aus Sicht eines Gasnetzbetreibers unter Beachtung der aktuellen politischen und wirtschaftlichen Randbedingungen“

Zielstellung



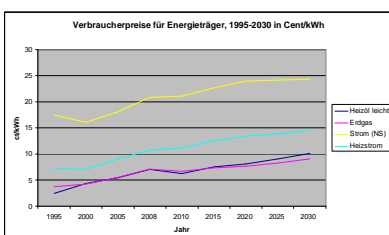
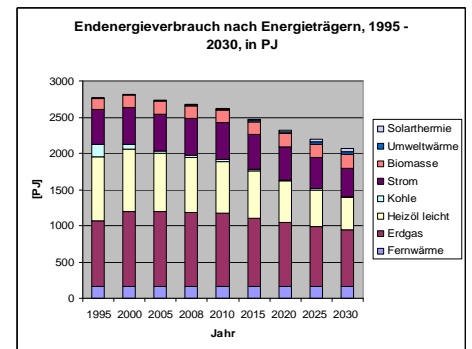
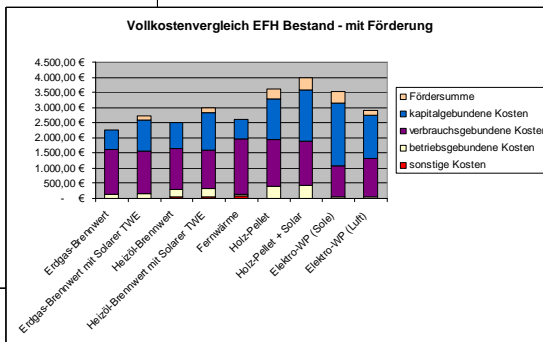
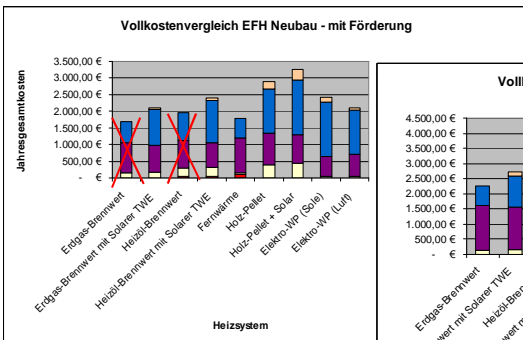
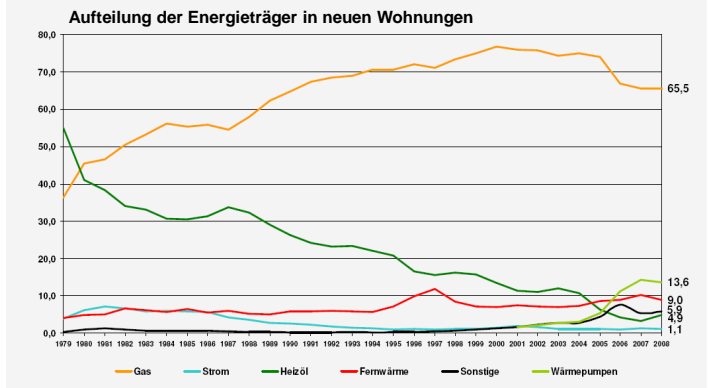
Betrachtung des Wärmemarktes

„Der Wärmemarkt in Deutschland wandelt sich: Standen die Wärmenutzer bis vor wenigen Jahren häufig nur vor der Frage „Erdgas oder Heizöl?“, steht heute eine große Auswahl an Brennstoffen/Medien für die Wärmeversorgung zur Verfügung. Somit haben sich auch die Rahmenbedingungen für Wärmeversorger [...] wesentlich verändert. Der Substitutionswettbewerb ist intensiver geworden und wird sich noch weiter verstärken.“

Liberalisierung, Anreizregulierung und demographischer Wandel geben dem Marketing im Energieversorgungsunternehmen, und damit auch dem Netzbetreiber, einen ganz zentralen Stellenwert. Das EVU als Lieferant vertreibt vor allem die Produkte Strom und Erdgas. Sobald das anteilig meist wesentlich kleinere Geschäftsfeld „Erdgas“ keine positiven Deckungsbeiträge erwirtschaftet, könnte dies zu einem Strategiewechsel seitens des EVU führen. Wenn also der Netzbetreiber die Marketingaktivitäten ausschließlich an den Erdgaslieferanten auslagert, könnte dies ein Wegbrechen der Existenzgrundlage des Netzbetreibers bedeuten.

Der Netzbetreiber muss mithilfe einer geeigneten Strategie auch eigenständig in die erläuterte Abwärtsspirale eingreifen, um eine weiter sinkende Absatzentwicklung zu stoppen. Dabei stehen die Ziele Neukundengewinnung, -bindung sowie -rückgewinnung am vorhandenen Netz im Vordergrund.

Es soll untersucht werden, welche Maßnahmen zur Zielerfüllung vom Netzbetreiber, welche von Lieferanten und welche von der gesamten Erdgasbranche veranlasst werden müssen. Folglich ist es notwendig, herauszufiltern, welche davon schon praktiziert werden und welche noch initiiert werden sollen.



Zusammenfassung

„Erdgas ist ein fossiler Energieträger. Wie lange wird er noch verfügbar sein?“ Viele Kunden stellen sich diese Frage, da sie oft der Meinung sind, der Energieträger wäre in den nächsten Jahren schon aufgebraucht. Durch die aktuelle Gesetzgebung zur Energie- und CO₂-Einsparung und zur Nutzungspflicht regenerativer Energien bei der Wärmeerzeugung wird dem Kunden oft ein sehr negatives Bild von Erdgas vermittelt. Dass der Energieträger aber der schadstoffärmste bei seiner Verbrennung unter allen fossilen ist, er noch einige Jahrzehnte problemlos verfügbar sein wird und mittlerweile über Biomasse Bioerdgas und durch überschüssigen EE-Strom synthetisches Erdgas erzeugt werden kann, wissen viele nicht, da dies noch unzureichend durch die Branche und die Energieversorger kommuniziert wird.

Hinzu kommt, dass laut Prognosen der Wärmebedarf durch bessere Dämmungen sinken und die Bevölkerung im betrachteten Netzgebiet abnehmen soll.

Um als Netzbetreiber in dieser Situation bestehen zu können, werden zukünftig drei Ziele verfolgt: Neukundengewinnung am bestehenden Netz, profitable Kundenbindung sowie -rückgewinnung.