Zeitschrift: Bulletin Electrosuisse

Herausgeber: Electrosuisse, Verband für Elektro-, Energie- und Informationstechnik

Band: 97 (2006)

Heft: 20

Artikel: Erfolgreiche Vermarktung von Stadtwerke-Produkten durch Direktvertrieb

Autor: Kiefer, Bernd

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-857731

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Siehe Rechtliche Hinweise.

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. Voir Informations légales.

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. See Legal notice.

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Erfolgreiche Vermarktung von Stadtwerke-Produkten durch Direktvertrieb

Wie man über Aussendienstmitarbeiter neue Endkunden für Stadtwerke gewinnt, sie nachhaltig an den kommunalen Versorger bindet und abgewanderte Kunden wieder zurückgewinnt, dazu hat die deutsche Tochtergesellschaft der Rätia Energie AG, Elementerra, ein umfassendes Konzept entwickelt. Elementerra wagte den Transfer der Vetriebsmethode von anderen Branchen, in denen durch Direktvertrieb überdurchschnittliche Margen erreicht werden (zum Beispiel TupperWare, Vorwerk usw.), und gewann. Anhand von Zahlen und Fakten belegt Elementerra mit dem vorliegenden Praxisbeispiel, wie mit Direktvertrieb von Strom aus Schweizer Wasserkraft bahnbrechende Erfolge in Verkauf und Kundenbindung erzielt werden können.

Praxisbeispiel: Direktvertrieb von Ökostrom

Ausgangslage

Verschiedene Kooperationspartner der Elementerra hatten versucht, mit einem eigenen Grünstromprodukt im Portfolio Kunden zu locken. Sie wiesen nach einem Zeitraum von mehreren Jahren eine verschwindend geringe Anzahl von Grünstromkunden auf. Verwundert nahm man gleichzeitig wahr, dass man umweltsensible Kunden, die dazu noch zahlungsfähig und eher wechselbereit waren, an konkurrierende Anbieter, wie z. B. Lichtblick oder Naturenergie, verlor. Wieso konnte man diesem Klientel die glaubwürdige Alternative aus dem eigenen Haus nicht verkaufen? Um Kunden- und Margenverlust zu vermeiden, sollte eine neue Offensive gestartet werden.

In dieser Situation erhielt die Elementerra GmbH, Iserlohn (Deutschland), von diversen regionalen Stromanbietern den Auftrag, das Grünstromprodukt PurePower St. Moritz in ihrem jeweiligen Netzgebiet zu vermarkten. PurePower St. Moritz ist 100% Wasserkraft aus den Schweizer Alpen und für den Endkunden rund 10% teurer als der hiesige «Graustrom».

Kontakt
Elementerra GmbH
Ein Unternehmen der Rätia Energie AG und der Energie AG Iserlohn-Menden
Dr. *Bernd Kiefer* (Geschäftsführer)
Stefanstr. 3
D-58638 Iserlohn

Methoden und Massnahmen

Hier kam ein Marketing- und Vertriebsleasing-Modell zum Einsatz, bei dem die Auftraggeber lediglich für abgeschlossene Kundenverträge zahlten, das Risiko also ganz beim Dienstleister liegt. Nach einigen klassischen Marketingmassnahmen zur Marktvorbereitung, wurde eine Produktbekanntheit und Sensibilisierung der Zielgruppe erreicht, die es dem Direktvertrieb während der Produkteinführung und -stabilisierung erlaubte, den latent vorhandenen Markt durch Kaufimpulse abzuschöpfen.

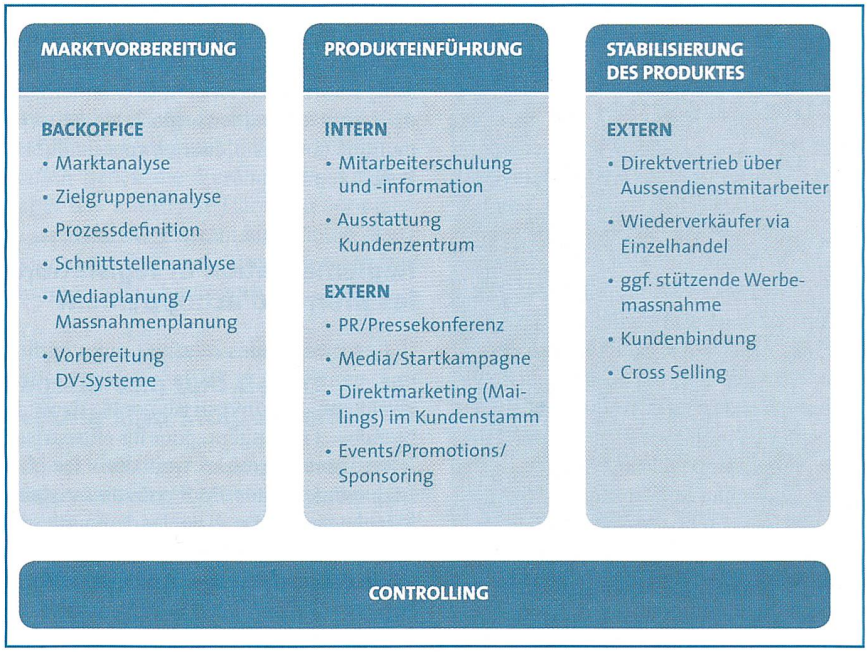
Es wurden je Netzgebiet drei Berater intensiv am Produkt geschult, mit Stadtwerke-Ausweisen versehen und mit folgenden drei Aufgaben betraut:

- Gewinnung von Wiederverkäufern (Einzelhandel, Handwerker usw.)
- «Door-to-Door»-Vertrieb (angekündigter Hausbesuch)
- Mobiler Vertrieb (unterwegs mit «PurePower-Mobil»)

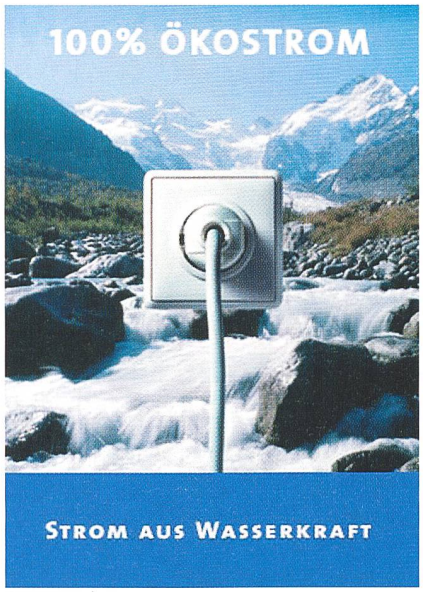
Indem man das Verkaufsgespräch mit einer allgemeinen Energiesparberatung kombiniert, erhält der Kunde einen Zusatznutzen und kann allgemeine Servicebedürfnisse gleich mit abdecken. Die Zufriedenheit des Kunden wird hierdurch gesteigert. Seine Bereitschaft, sich mit dem Thema Ökostrom zu beschäftigen, erhöht sich.

Ergebnisse und Erfolge

Nach gut einem Jahr Direktvertrieb wurden rund 650 Personentage Vertriebserfahrung ausgewertet. Die Ergebnisse haben sämtliche Erwartungen übertroffen. So konnten 46% aller Kontakte in Verkaufsgespräche umgewandelt werden. Diese wurden wiederum fast zur Hälfte (48,5%) in abgeschlossene Verträ-



Phasen der Markteinführung.

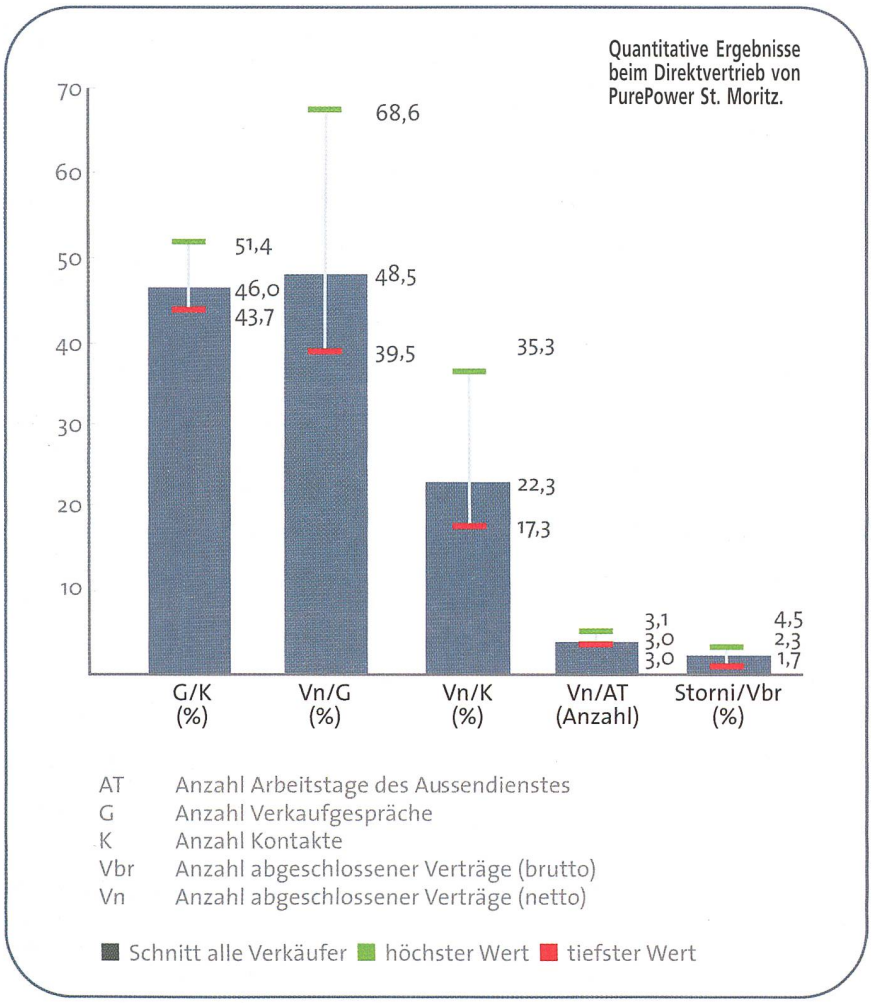


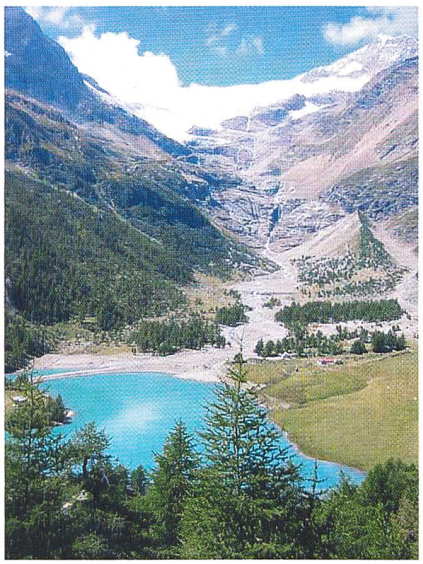
ge verwandelt. Im Durchschnitt schliesst jeder Vertriebsmitarbeiter pro Arbeitstag drei Verträge ab und führt dafür fünf Gespräche. Die Stornorate liegt mit rund 2% von den Vertragsabschlüssen vergleichsweise niedrig und ist ein Indikator für die professionelle und qualitätsorientierte Beratungsdienstleistung.

Die Marktforschung und Erfahrungen von Elementerra haben ergeben, dass die Kunden eines Stadtwerkes zu 15% potenzielle Grünstromkunden sind. Mit drei Verkaufsmitarbeitern lässt sich dieses Potenzial bei einem Stadtwerk mit etwa 35 000 Kunden in voraussichtlich 2 bis 3 Jahren abarbeiten. Danach kann das Personal auf einen Mitarbeiter reduziert werden, welcher Kundenverluste kompensiert und die laufende Kundenbetreuung sicherstellt.

Die Stadtwerke profitieren mehrfach: Uptrading einer eigenen Grünstrommarke mit höherer Vertriebsmarge, höhere Kundenbindung gerade im margenträchtigen Bereich und Vertrauensgewinn in der Bevölkerung.

Die erhobenen Erfolgskennziffern, die zunächst auf die Erfahrungen im Grünstromvertrieb zurückzuführen sind, lassen sich bequem auf verschiedene Stadtwerke-Produkte (z.B. Gas, Kabelfernsehen, Internet, Telefonie) sowie auf beliebige Vertriebsregionen übertragen.





Wasserkraft aus den Schweizer Alpen: Palü-See (GR).

Entreprises urbaines et vente directe: commercialisent fructueuse de produits d'électricité

Exemple pratique: vente directe de courant vert

Comment les collaborateurs du service extérieur peuvent-ils recruter de nouveaux clients finaux pour les entreprises urbaines, comment les fidélise-t-on de manière durable au fournisseur local et comment reconquiert-on des clients partis chez un autre fournisseur? Elementerra, la filiale allemande de la société Rätia Energie AG, a développé un concept complet sur ces questions. En effet, Elementerra a eu l'idée audacieuse de transférer au secteur de l'électricité la méthode de la vente directe, qui a permis dans d'autres branches d'atteindre des marges supérieures à la moyenne (par exemple Tupperware, Vorwerk, etc.). Et elle a gagné son pari. Chiffres réels à l'appui, Elementerra démontre que la vente directe d'électricité issue de la force hydraulique suisse permet d'obtenir des résultats remarquables en matière de chiffre d'affaires et de fidélisation des consommateurs.

Vertrieb Netz IT

Profitieren von Erfahrung

Beratung zu energiewirtschaftlichen Fachthemen und Prozessen

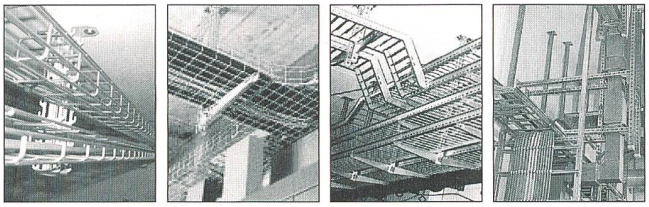
- Lösungskonzepte für alle EDM-Themen der Sparten Strom und Gas, z. B.:
  - Absatzprognose und Angebotskalkulation
  - Bilanzierung und Fahrplanmanagement
  - Risiko- und Portfoliomanagement
- EDM-Fachspezialisten auf Zeit für Ihr Tagesgeschäft

Ihre Beratungsanfrage bitte an: beratung@robotron.ch

Foto: www.photocase.de

robotron® Software mit Energie.

ORACLE CERTIFIED PARTNER



LANZ – moderne Kabelführung

→ Kabelschonend → Schraubenlos montierbar
→ Preisgünstig → E30 / E90 → Koordinierbar

- LANZ G-Kanäle
- Gitterbahnen plastifiziert
- LANZ Multibahnen
- Weitspann-Multibahnen
- LANZ Briport
- LANZ Steigleitungen
- Inst·Alum und ESTA Elektro-Installationsrohre
- LANZ Rohrschellen für koordinierte Installationen

Rost-frei

Stahl plastifiziert, galv. verzinkt, feuerverzinkt oder rostfrei A4. Hoch belastbar nach IEC 61537. CE-konform. ISO 9001 zertifiziert. G-Kanäle und Multibahnen geprüft für Funktionserhalt im Brandfall E30 / E90. Trägermaterial ACS-schockgeprüft 3bar und abrutschsicher verzahnt.

Ab Lager von lanz oensingen ag und allen Elektrogrossisten.

lanz oensingen ag Tel. 062 388 21 21 Fax 062 388 24 24

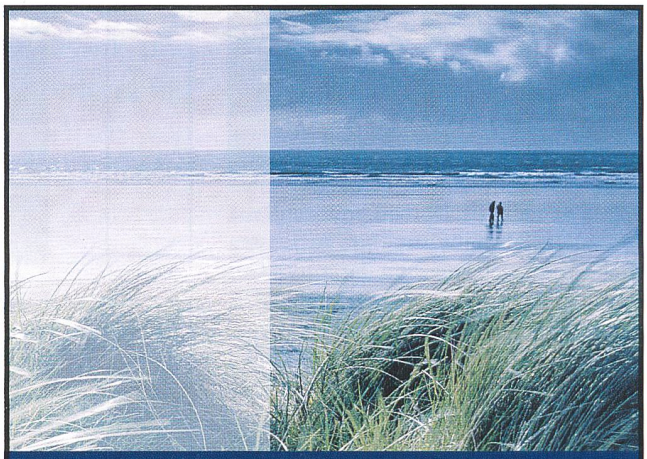
☐ Mich interessieren .....
..... Bitte senden Sie Unterlagen.

☐ Könnten Sie mich besuchen? Bitte tel. Voranmeldung!

Name / Adresse / Tel. _____

K5

lanz oensingen ag
CH-4702 Oensingen
Telefon 062 388 21 21
www.lanz-oens.com
Südringstrasse 2
Fax 062 388 24 24
info@lanz-oens-com



Yin Yang für Ihr Depot?

Sprechen Sie mit uns über Harmonie zwischen Umwelt und Rendite.

Ob auf dem Weg zur eigenen Windkraftanlage oder einem Fonds-Investment. Wir beraten Sie gerne über Ethische Investments in Erneuerbare Energien!

InvestInvent AG
Rennweg 28
8001 Zürich
Fon: +41 (0)44 250 20 60
www.investinvent.ch

InvestInvent
Consulting für Ethisches Investment