

Ein unumgänglicher Wandel: vom EVU zum Energiedienstleister

14. Symposium Energieinnovation Graz



**Simon Moser
Horst Steinmüller**

Graz, 12. Februar 2016

Vom Energieversorger zum Energiedienstleister?

Ansatz und Quellen

Überblick

- Im Überblick: Warum wird dieser Wandel kommen?
- Was bedeutet dieser Wandel für die EVU?

Denomination

- EVU, Energieversorger → hier: vorrangig Energielieferant, alle Energieträger
- Energiedienstleister, Energy Service Company, ESCO

Quellen / Hintergrund:

- Klimafonds-Projekt: Energieeffizienz-Verpflichtungen in Österreich (2013)
- BMVIT-Projekt: Smart Metering und Endkunden (2013)
- Forum Econogy 2013: Energiedienstleistungen
- Klimafonds-Projekt: Lastverschiebungspotenziale in Österreich (2014)
- Klimafonds-Projekt: Flexible Strompreise und Stromnetzentgelte (2014)
- Forum Econogy 2014: Kunden und Produkte

Vom EVU zum ESCO

Warum wird dieser Wandel kommen?

Warum EVU zu EDL?

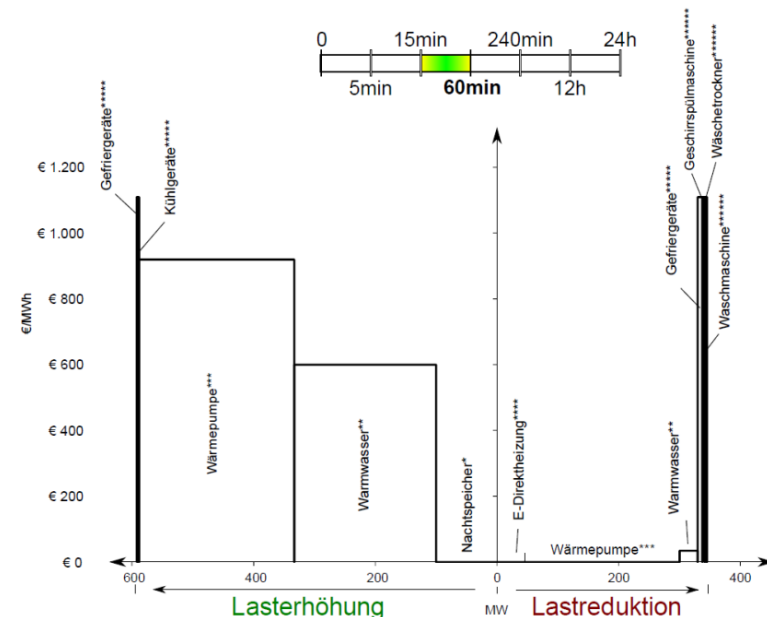
- 50% weniger Energieverbrauch im Jahr 2050
 - Politikgetrieben
 - Kundengetrieben (Energieeffizienz + Eigenerzeugung)
- EVU verkaufen meist unvollständige EDL
 - Energiedienstleistung = Energieträger + Technologie
- Neue technische Möglichkeiten
 - Internet of Things, u.a. Smart Metering

Warum nicht?

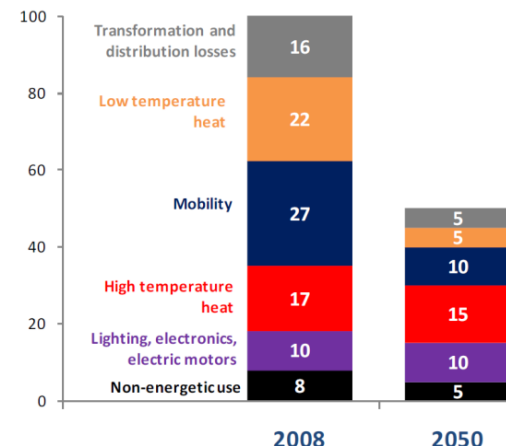
- Kernkompetenz EVU = Verkauf von Energieträgern
 - Vermeidung von Kosten durch/für Nicht-Kernkompetenzen
 - Optimierung im Bereich der Kernkompetenz
 - Aber: Wettbewerbsmarkt → Preisstrategie

Zwischenergebnis

- Viele Herausforderungen, aber **viele Chancen**



Kollmann et al. (2014): LoadShift



Köppl et al. (2011): EnergyTransition

Energiedienstleistungen i.w.S. (ausgewählte Bsp.)

Energiedienstleistungen im engeren Sinn

- Bereitstellung des Energienutzens: z.B. Wärme, Transport
- „Contracting“ (unter neuen Bedingungen)

Beispiele energienaher Dienstleistungen

- Information & Beratung
- Verbrauchsinformation & neue Tarife
- Instandhaltung & Wartung
- Energieeffizienzmaßnahmen & neue Technologien

Beispiele energienaher Produkte:

- Smart Home
- PV, Batterie
- E-Mobilität

Vom EVU zum ESCO

Was bedeutet dieser Wandel?

Kernthema: Masse vs. Individuum

Aktuell Energielieferung ist ein

- low-involvement*
- Massenprodukt**

Für viele Energiedienstleistungen und neue Produkte gilt:

- Hohes Engagement des Kunden (anfangs) erforderlich
→ hohe „hidden costs“ des Kunden ***
- individuell / maßgeschneidert
→ hohe indirekte Kosten des EVU/Energiedienstleisters ***

➤ Viele Energiedienstleistungen sind (noch) Nischen-Produkte

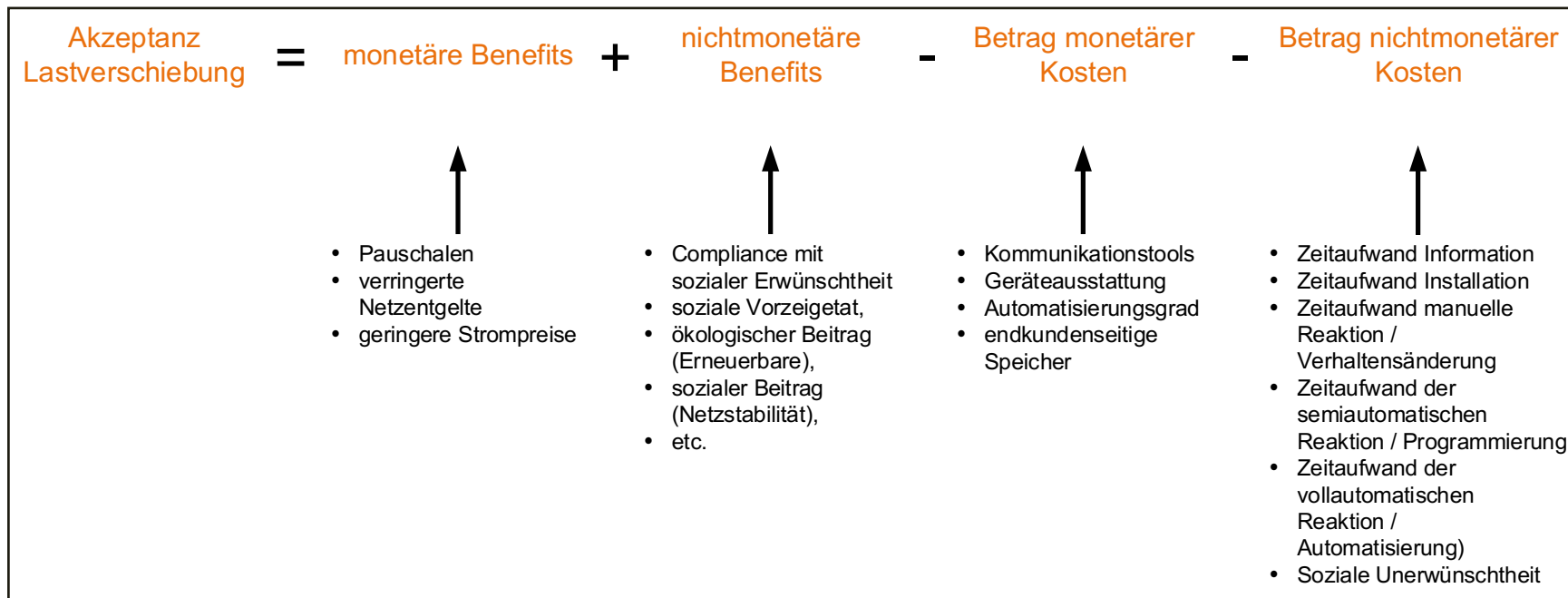
* div. Quellen, u.a. Forum Econogy 2014 / *effektweit*

** vgl. Tarifblätter/Treibstoffanzeigen

*** Moser (2013) Energieeffizienz-Verpflichtungen für Energieversorger - Optimierung eines [...]

Individualität und Nutzen von Nischen-Produkten

- Nutzen eines Produkts ist individuell (Lebensstil, Einkommen, Umstände, ...)
- Individualität → Varianz der individuellen Nachfrage
- Varianz → (beschränkte Anzahl von) „Nischen-Nutzern“ vorhanden
- aber: die „Nischen-Nutzer“ sind unbekannt



Quelle: Moser et al. (2015) Entgelte und Bepreisung zur Steuerung von Lastflüssen im Stromnetz

Markt- und Kundensegmentierung: Ansätze

Segmentierungsansätze aus : Papesch et al. (2012)

- Soziodemographisch
 - Geschlecht, Alter, Gebäude, Bewohneranzahl, ...
- Psychographisch
 - Einstellung, Lebensstil → Kaufverhalten
- Verhaltensorientiert
 - Verbrauch nach Menge/Zeit, Zusatzprodukte, Beschwerden, Zahlungsverhalten
- Geographische
 - Adresse, rural/urban, Hanglage, Stabilität

Interessierte vs. interessante Kundengruppen

Markt = Tauschgeschäfte

- Nutzen für Käufer **und** Verkäufer

Interessierte Kundengruppen: *

- Ökoaffin,
- technisch interessiert,
- image-orientiert,
- wohlhabend

Interessante Kundengruppen: *

- Zahlungswillig
- Potenzial
- Netztopografische Verortung

* Moser et al. (2015) Entgelte und Bepreisung zur Steuerung von Lastflüssen im Stromnetz

Image

Der Nischenkunde muss sich angesprochen fühlen.

- Kunden haben ein Image eines Energieversorgers
 - „liefert Energieträger“
 - implizit: **Nicht-Images**
 - ggf. nischenspezifisches Image
- Images sind veränderbar
 - Dachmarkenstrategie zielführend?
 - Spezielle Herausforderung für Stadtwerke?
 - Markenspezifisch distanzierte Neugründungen?

Quellen: Forum Econogy 2014 / *effektweit*; Friederes / Priemer (1998)

Kooperation

Kompetenzen und *wahrgenommene* Kompetenzen

- In den Bereichen
 - Produktion
 - Vertrieb
 - Marketing

Zusammenfassung

- Der Wandel vom EVU zum Energiedienstleister ist erforderlich
- Energiedienstleistungen sind Nischenprodukte
- Nischen-Kunden sind vorhanden:
 - Kunden- und Marktsegmentierung
 - Images sind zu überarbeiten
 - Kompetenzen sind zu erwerben
- Gleich losstarten?

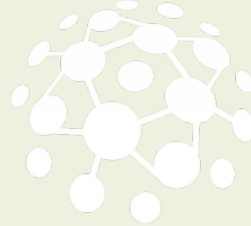
Gleich losstarten – mit uns!

Dr. Simon Moser

Energieinstitut an der Johannes Kepler Universität Linz

moser@energieinstitut-linz.at

<http://at.linkedin.com/in/mosersimon>



Mehr dazu im

Jahrbuch Energiewirtschaft 2015

Artikel: Simon Moser
„Der unumgängliche Wandel
von Energieversorgern zu
Energiedienstleistern“

