



# EnergieMarktReport

Daten, Fakten und Analysen zur Marktentwicklung

- Produktbroschüre -

# Energiemarktreport: Jährliche Wettbewerbsanalyse

## Energiemarktreport – Produktprofil

Erste Ausgabe:	→ April 2009
Häufigkeit:	→ jährlich
Umfang:	→ ca. 130 Seiten Hauptausgabe → Hochauflösende Landkarten (zum Download)
Format:	→ PDF-Dokument (Basis: PowerPoint)
Fokus:	→ Wettbewerbsentwicklung beim Strom- und Gasvertrieb an Privat- und Gewerbekunden
Zielgruppe:	→ Energieversorger, Energiedienstleister
Inhalte:	→ Identifikation & Bewertung von Markttrends → Preis- & Margenentwicklung → Produktrends & Tarifstrukturen → Marketing- & Vertriebstrends → Neue Anbieter & Wettbewerbsintensität → Kunden- & Wechselverhalten → Neue Geschäftsfelder → Markt- & Unternehmensentwicklung
Preis:	→ 980 Euro zzgl. Ust. pro Ausgabe, 210 Euro monatlich im Kombiangebot mit Energiemarkt Aktuell Kompakt

## Energiemarktreport

- Der Energiemarktreport untersucht die zentralen Entwicklungen des Strom- und Gasmarktes im abgelaufenen Jahr und bewertet diese im Hinblick auf strategische Handlungsalternativen für Energieversorger.
- Mit Fokus auf Preis, Produkt, Kommunikation, Vertrieb und Kundenverhalten zeigt der Report umfassend auf, wie sich der Wettbewerb im Strom- und Gasmarkt bei Privat- und Gewerbekunden entwickelt

## Ihr Nutzen

- Steigern Sie Ihre strategische Kompetenz durch Analysen und Bewertungen von **Marktentwicklungen und -trends** sowie **Handlungsoptionen** aus EVU-Sicht
- Erhalten Sie einen Überblick über die **langfristige Entwicklung** des Energiemarkts sowie einen **Ausblick** auf zukünftige Entwicklungen
- Informieren Sie sich über aktuelle **Produktrends** und erhalten Sie einen Rückblick auf die **Preis- und Margenentwicklung** in den wichtigsten Tarifkategorien
- Behalten Sie Ihre **Kernwettbewerber** und deren Produktangebot im Blick
- Vergleichen Sie Ihre **Positionierung** gegenüber dem Kunden durch Informationen zu Marketing und Kommunikation anderer Versorger
- Halten Sie Rücksprache mit den Marktexperten von KREUTZER Consulting

# ! Schwerpunktthema

## Schwerpunktthema: Ausführliche Analyse aktueller Entwicklungen

- Jede Ausgabe vom Energiemarktreport enthält ein Schwerpunktthema, in welchem umfassend aktuelle Entwicklungen, Trends oder strategische Themen analysiert werden.
- Die Themenauswahl erfolgt anhand aktueller Entwicklungen im Markt.
- Auszug Schwerpunktthema: Neue Geschäftsmodelle auf dem Prüfstand

### ! 1. Schwerpunktthema

#### EVU auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen

→ Die Liberalisierung der Energiewirtschaft hat im Commodity-Vertrieb zu einem ausgeprägten Wettbewerb mit einer Vielzahl neuer Anbieter geführt, die um die nur langsam wachsende Zahl der wechselbereiten Verbraucher werben. Discounter haben es mittlerweile geschafft, trotz extrem günstiger Preise Gewinne zu erwirtschaften, viele Grundversorger blicken hingegen nicht nur im Vertrieb mit Sorge in die Zukunft.



#### Rasanter Wandel birgt Risiken

- Dass Energieversorger neue Geschäftsfelder besetzen müssen, um auch in Zukunft erfolgreich am Markt bestehen zu können, steht außer Frage.
- Fest steht, dass es nicht möglich ist, alle Themen zu besetzen und ebenso, dass alle neuen Betätigungsfelder Erfolg bringen werden. Ein neuer Markt bedeutet im Rahmen digitaler Geschäftsmodelle nicht, dass man auf wenig Wettbewerb stößt, vielmehr begegnet man globalen Playern, die sich leicht als „Market Maker“ positionieren könnten und dies wohl zum Teil auch werden.
- Insgesamt wird der Energiemarkt komplexer und deutlich differenzierter. Umso wichtiger ist es, die zentralen Entwicklungen im Blick zu behalten und kritisch zu analysieren.

#### Vernetzung steigert Erwartung der Kunden

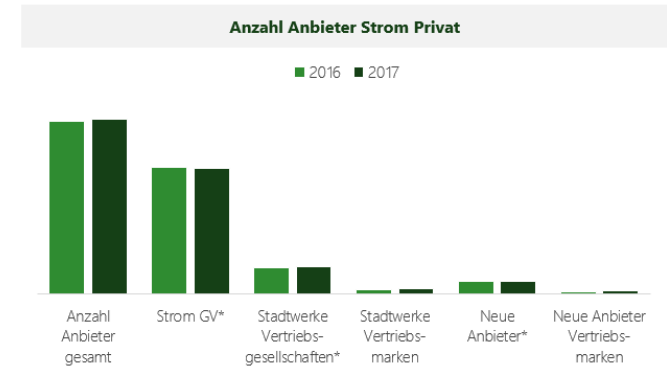
## Themenbereiche

- Marketing und **Vertrieb**
- **Innovationen** und Digitalisierung
- **Neue Geschäftsfelder**
- Darstellung und Analyse von umfassenden Studien
- Längerfristige Preis- und **Produktrends**
- **Kundenwechselverhalten**

# ! Wettbewerbsentwicklung

## Wettbewerbsintensität und Anbieter

- Im Energiemarktreport werden alle relevanten Wettbewerbsentwicklungen und wesentlichen Informationen zur Anbieter- und Vertriebsgebietsstruktur dargestellt.



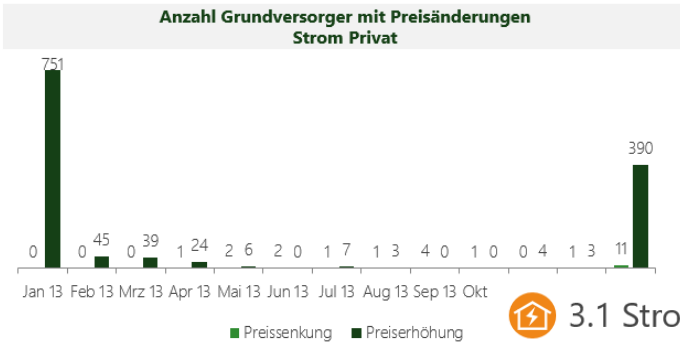
→ Am 01.01.2017 waren in Summe neun Stromanbieter mehr auf dem Markt aktiv als noch am 01.01.2016. Gegenüber dem Vertrieb hat sich damit die Anbieterstruktur

## Zentrale Inhalte

- **Anzahl Anbieter** pro PLZ, **Anbieterstrukturen** und Entwicklung der **Vertriebsgebiete**
- Überblick zu **Markteintritten** und –austritten sowie Übernahmeaktivitäten
- Aktivitäten von Versorgern rund um **Startups**
- Bewertung des **Angebots**, Untersuchung der Gesellschafterstruktur usw.
- Vertriebsserfolge, **Kundenzahlen**, Unternehmensentwicklungen

# € Umfassende Informationen zur Preis- und Margenentwicklung

## 3.1 Strompreise Privat

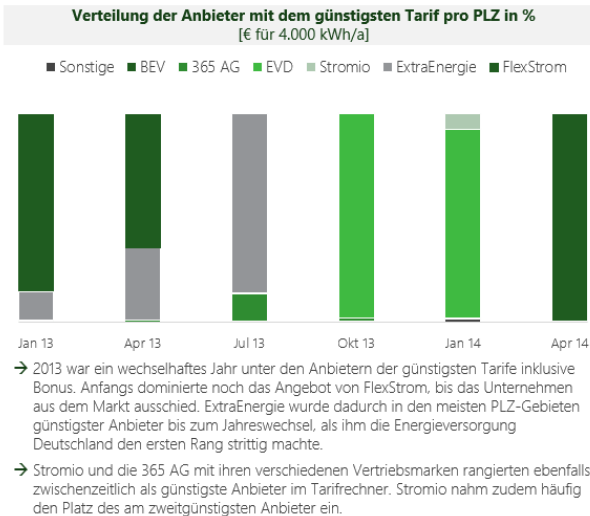


→ Übersicht über Preiserhöhungen und -senkungen des letzten Jahres

## 3.1 Strompreise Privat

- Das Jahr 2013 begann mit einer erheblichen Preiserhöhungswelle, summierten sich die Erhöhungen auf 882. Dies entspricht einer Vergleich zu 2012.
- Es fanden 2013 nur 13 Preissenkungen statt, ein deutlicher Rückgang gegenüber den 49 Senkungen im Jahr davor.
- 2014 hat trotz gestiegener EEG-Umlage mit deutlich weniger Preiserhöhungen begonnen. Dies spricht für ein konstantes Preisniveau bis zum

→ Verteilung der wettbewerbsaktivsten Anbieter



## Preis- und Margenentwicklung

→ Der Preisteil bietet umfassendes Daten- und Kartenmaterial zur Preisentwicklung im Privat- und Geschäftskundenbereich.

### Preis- und Tarifdaten-Übersicht

	Privatkunden	Gewerbekunden
Strom	4.000 kWh p.a.	10.000 kWh p.a.
Gas	20.000 kWh p.a.	90.000 kWh p.a.

### Zentrale Inhalte

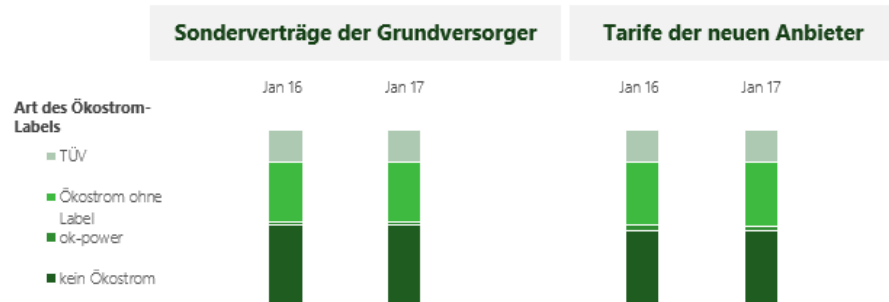
- Darstellung der **Preise** und **Margen** sowie Höhe der **Boni** im Vergleich zum Vorjahr in folgenden Tarifkategorien:
  - Grundversorgungstarife & Günstigste Tarife der Grundversorger
  - Günstigste verfügbare Tarife ohne Bonus & mit Bonus
  - Platz 20 im Tarifrechner
- Informationen zu Preisanpassungen und Entwicklung des **Preisniveaus**
- Verteilung der **günstigsten Anbieter** in verschiedenen Tarifkategorien
- Alle Daten für Strom & Gas sowie für Privat- und Gewerbekunden



# Produkte & Services

## Produktneuheiten und Tarifstrukturen

→ Das Produktangebot am Energiemarkt ändert sich dynamisch. Immer wieder werden neue Preis- und Produktkomponenten eingeführt und etablierte Angebote verschwinden vom Markt.



### Zentrale Inhalte

- Identifikation von **Produktrends** durch Marktanalyse und Untersuchung der **Tarifstrukturen**, wie bspw. Anzahl der Tarifarten, Vertragslaufzeiten, Arten und Dauer von Preisgarantien, Nutzung von Boni etc.
- Die bestimmenden **Produktrends des vergangenen Jahres**
- Zielgruppenorientierte **Nischenangebote**
- Marktreife **Energiedienstleistungen** und Angebote in neuen Geschäftsfeldern wie **Smart Home, Elektromobilität** etc.



# Marketing & Vertrieb

## Marketing- und Vertriebsaktivitäten

→ Der Energiemarktreport stellt die Marketing- und Vertriebsaktivitäten des vergangenen Jahres aller relevanten Marktteilnehmer dar und gibt einen Überblick über aktuelle und zukünftige Trends.

### Digitaler Vertrieb von Energiedienstleistungen

→ Energiedienstleistungen spielen wie beim Thema TV-Werbung auch im Bereich des digitalen Vertriebs eine zunehmend wichtigere Rolle. Im vergangenen Jahr waren dazu eine Reihe interessanter Ansätze zu beobachten, die dazu dienen sollen, das Kerngeschäft hinsichtlich der Umsatzentwicklung erfolgreich um das Dienstleistungsgeschäft zu erweitern.

→ Dabei setzen die Versorger z.T. auf Intermediäre mit direktem Kundenkontakt wie bspw. das Fachhandwerk oder Immobilienverwaltungen. Mit digitalen Angeboten erleichtern sie Kommunikation und Abwicklung zwischen Angebots- und Nachfrageseite.

### THERMOBOX von den Stadtwerken Düsseldorf

→ So haben die Stadtwerke Düsseldorf die kostenpflichtige Online-Plattform „THERMOBOX“ gegründet, die Handwerkern mittels eines Anlagenkonfigurators für verschiedene Heizsysteme, eines Tools zur Angebotserstellung, Auftragsverwaltung,

### Zentrale Inhalte

#### → Marketingtrends:

- Analyse der Marketingkommunikation des letzten Jahres unter Berücksichtigung von Highlights und Trends
- Sowohl Inbound-Marketingmaßnahmen als auch **POS-Aktivitäten**
- Untersuchung der **Social Media-Aktivitäten**

#### → Vertriebstrends:

- Vertriebsstrategien und -aktivitäten in allen Kanälen, **online/offline**
- Einblicke in die Aktivitäten und Angebote im **Direktvertrieb**

# Kunden- und Wechselverhalten

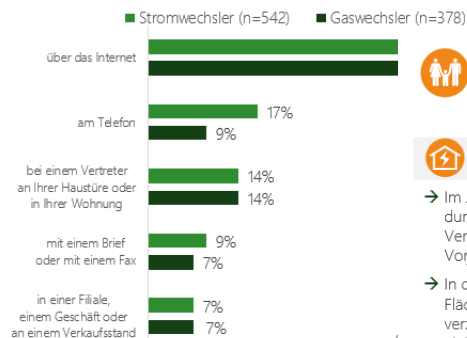
## 6.1 Kundenverhalten

### Internet als Abschlusskanal weiterhin unangefochten

→ Der Abschluss des neuen Tarifs erfolgt vorwiegend über das Internet. 58 Prozent der Wechsler nutzen diesen Abschlusskanal. Allerdings büßte der Vertriebskanal im Gasmarkt gegenüber dem Vorjahr fünf Prozentpunkte an Marktanteil ein, im Strombereich hingegen nur einen. Spannend ist auch, dass der Wechsel des Stromanbieters deutlich häufiger über das Telefon erfolgt als der Wechsel des Gasanbieters.

→ Vermittler, wie beispielsweise Verivox, dominieren den Internetvertrieb deutlich. So stieg der Marktanteil derartiger Vermittler um zwei Prozentpunkte auf nun 41 Prozent.

### Abschlusskanal beim Versorgerwechsel



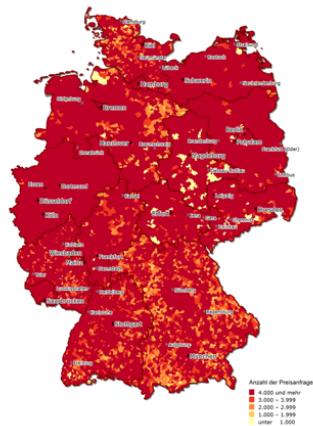
→ Von Kunden präferierte Abschlusskanäle beim Versorgerwechsel

## 6.2 Wechselverhalten

### Anfragen von Interessenten auf dem Verivox-Stromrechner Privatkunden 2016

→ Im Jahr 2016 hat sich Anzahl der durchgeführten Tarifvergleiche auf dem Verivox-Stromrechner im Vergleich zum Vorjahr sehr unterschiedlich entwickelt.

→ In den alten Bundesländern war in der Fläche ein Rückgang der Anfragen zu verzeichnen. Regional kam es jedoch zu einigen spürbaren Anstiegen, insbesondere im Raum rund um Hamburg, Dortmund, Köln und München. Diese Anstiege liegen zum Teil an Preiserhöhungen der lokalen Grundversorger wie bspw. in München und Hamburg. In anderen Regionen, wie bspw. Dortmund und Köln, kam es zu keinen Preiserhöhungen, sodass andere Faktoren wie Werbung von Versorgern und Vergleichsportalen sowie die mediale Berichterstattung zum Thema Versorgerwechsel der Auslöser gewesen sein muss.



→ Anfragen von Interessenten sowie vollzogene Anbieterwechsel über den Verivox-Stromrechner

## Wechselverhalten im Blick

→ Aufgrund der steigenden Anzahl Wechsler, wird die Entwicklung des Wechselaufkommens und das Kundenverhalten in Bezug auf Wechselanlässe etc. analysiert. Zudem gibt der Energiemarktreport einen Einblick in das Wechselverhalten der Verbraucher über Verivox.

### Zentrale Inhalte

- Entwicklung des **Wechselaufkommens** im Strom- und Gasmarkt
- Analyse gewählter **Vertriebskanäle** und **Wechselanlässe**
- Karten und Daten zu **Tarifrechneranfragen** und **Wechselvorgängen** über Verivox
- Überblick zur Entwicklung von **Tarifpräferenzen** und **soziodemografischen** Merkmalen
- Erkenntnisse aus **Marktforschungsstudien** zur aktuellen Entwicklung der Einstellungen der Verbraucher.

# Alle Vorteile auf einen Blick

## Hoher Nutzen für unterschiedliche Zielgruppen im Unternehmen

### → Geschäftsleitung:

- Zusammenfassung der wichtigsten Entwicklungen
- Analyse und Bewertung von Markttrends und strategischen Positionierungsmöglichkeiten

### → Marketing & Vertrieb

- Umfassende Informationen zu Wechselaufkommen
- Wettbewerberaktivitäten
- Informationen zur Preisentwicklung

### → Produktmanagement

- Preis- und Margen-Benchmarks
- Produkttrends und Tarifstrukturen
- Innovative Dienstleistungen und neue Produktbestandteile

### → Öffentlichkeitsarbeit

- Sponsoring & soziales Engagement anderer Versorger
- Ranking des Preisniveaus der Grundversorger

### → Business Development

- Innovation, Digitalisierung
- Neue Geschäftsmodelle und deren Umsetzung im Wettbewerb

## Kontakt

### Verivox GmbH

- Julian Ludwig
- Vice President Energy
- Max-Jarecki-Straße 21  
69115 Heidelberg
- Tel.: 06221 – 7961 – 226  
Fax.: 06221 – 7961 – 187
- [Julian.ludwig@verivox.com](mailto:Julian.ludwig@verivox.com)



### Kreutzer Consulting GmbH

- Klaus Kreutzer
- Geschäftsführer
- Lindwurmstraße 109  
80337 München
- Tel.: 089 – 1890 464 – 22  
Fax.: 089 – 1890 464 – 10
- [kk@kreutzer-consulting.com](mailto:kk@kreutzer-consulting.com)

