Forum

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association Suisse des Electriciens, de l'Association des Entreprises électriques suisses**

Band (Jahr): **91 (2000)**

Heft 25

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Stadtwerke – ihre Chance in der Marktliberalisierung

Eduard Schumacher, Direktor Industrielle Werke Basel (IWB)

Lassen Sie mich meine Ausführungen mit den IWB, den Industriellen Werken Basel, beginnen, die seit 1978 ihren 180 000 Kunden «alles aus einer Hand» anbieten. Elektrizität und Trinkwasser: Zwei Produkte, die unterbruchsfrei in höchster Qualität seit über 100 Jahren zur Verfügung stehen, sind so sehr zur Selbstverständlichkeit geworden, dass der 365 Tage rund um die Uhr geleistete Aufwand nicht anerkannt – weil nicht bekannt – ist. Wir Versorger hatten es im Monopol auch nicht nötig, uns und unsere Produkte zu «verkaufen».

Anders präsentiert sich die Ausgangslage bei Erdgas und Fernwärme. Hier war seit jeher der Kunde König. Er musste gewonnen werden, um von der Nr. 1 der Wärmeenergieträger – dem Erdöl – auf einen ökologisch besseren Energieträger zu wechseln. Hier waren daher schon immer überzeugende Verkäufer mit stichhaltigen Argumenten gefragt.

Schon 1996 haben die IWB einen Bereich geschaffen, der als Vertrieb und Marketing sämtliche Kundenbeziehungen unter einer Leitung vereinte: Neue Energiedienstleistungen sind nötig, um beim Kunden Interesse zu wecken. Energie und Wasser zu einem möglichst günstigen Preis zu liefern strebten wir nicht an. Wir waren der Überzeugung, dass es wegen der fehlenden Produktdifferenzierung – ausser bei der Elektrizität auf Grund der ökologisch unterschiedlichen Herstellung – schwierig sein würde, unsere Energien ohne Added Value zu verkaufen.

Wir haben per Mitte 2000 die Produktionen für Fernwärme und Trinkwasser, die Netze, die Planung und Projektierung produkteunabhängig vereinheitlich und unter jeweils eine Leitung gestellt, um die Synergien voll auszunutzen. Beim Marketing haben wir das Produkte- und das Key-Account-Management sowie die Dienstleistungsentwicklung und -umsetzung zusammengefasst und die Kundenelemente wie mittel- und langfristige Energie- und Wasserdispositionen wie auch das Zählermanagement hier angesiedelt.

Alle unsere durchgeführten Massnahmen sind eine Voraussetzung, jedoch kein Garant für eine erfolgreiche Zukunft: Mit 3,1% Anteil am Schweizer Strom sind wir zu klein, um alle die von den zukünftig umworbenen Kunden gewünschten Services bieten zu können.

Was lag also näher als eine Partnerschaft mit städtischen Versorgungsunternehmen, die gleich denken, ähnliche Probleme haben, den Kunden kennen und ihn seit Jahrzehnten zuverlässig versorgen – eben ein gutes Image haben.

So entstand die Swiss Citypower AG, der derzeit grösste Vertragspartner für Bündelkunden. Sie ist als einzige schweizerische Vertriebsgesellschaft ein Multi-Utility-Anbieter, der darauf verzichtet, seine Partner zu zwingen, ihre Identität aufzugeben. So sind wir überzeugt, eine reelle Chance zu haben, auch in Zukunft von den Kunden gewählt zu werden.

Permettez-moi de commencer mon exposé par les IWB, Services Industriels de Bâle, qui depuis 1978 proposent «tout d'une seule main» à leurs 180 000 clients. L'électricité et l'eau potable: deux produits à disposition en permanence et au niveau de qualité maximum depuis plus de 100 ans sont devenus tellement évidents que l'on ne reconnaît pas le travail fourni 24 heures sur 24, 365 jours par an – parce qu'on ne le connaît pas. A l'époque du monopole, nous autres fournisseurs n'avions pas besoin de nous «vendre», nous et nos produits

Pour le gaz naturel et le chauffage à distance, la situation de départ est différente. Ici, le client a de tout temps été roi. Il fallait le gagner à notre cause pour pouvoir passer du numéro un parmi les agents caloporteurs – le pétrole – à un agent écologiquement plus avantageux. Ici, des vendeurs plus convaincants disposant de solides arguments ont toujours été nécessaires.

Dès 1996, les IWB ont créé une division réunissant toutes les relations avec les clients sous une direction commune de Vente et Marketing: Pour éveiller l'intérêt des clients, il faut proposer de nouveaux services énergétiques. Nous ne cherchions pas à fournir l'énergie et l'eau à un prix aussi avantageux que possible, convaincus que nous étions qu'étant donné l'absence de différenciation des produits – sauf pour l'électricité vu la production écologiquement différente – il serait difficile de vendre nos énergies sans «valeur ajoutée».

Au milieu de l'an 2000, nous avons placé sous des directions distinctes les productions de chauffage à distance et d'eau potable, les réseaux pour tous les produits, la planification et les projets, afin d'exploiter pleinement les synergies et d'unifier les processus indépendamment des produits. Pour le marketing, nous avons rassemblé la gestion des produits et des grands comptes ainsi que le développement et la mise en place des services et nous y avons placé des éléments intéressant la clientèle, comme le planning énergie et eau à moyen et long terme ainsi que la gestion des compteurs.

Toutes les mesures que nous avons mise en pratique sont des conditions nécessaires mais non suffisantes du succès futur: Avec notre participation de 3,1% au courant électrique suisse, nous sommes trop petits pour pouvoir proposer tous les services souhaités par les prospects de demain.

Quoi de plus évident, dès lors, que de trouver un partenariat avec des services industriels municipaux pensant de la même manière et ayant des problèmes analogues, connaissant le client et le servant fiablement depuis des décennies – donc des entreprises ayant une bonne image de marque.

C'est ainsi qu'est née Swiss Citypower SA, la plus grande partenaire actuelle pour clients multiples, et en même temps la seule société suisse de distribution «multi-utility» qui ne cherche pas à obliger ses partenaires à abandonner leur identité. Ainsi, nous sommes convaincus d'avoir une chance réelle d'être choisis par les clients à l'avenir également.