



**Campus für Energie und Wirtschaft GbR**

**Axel Roggatz**

Dr.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing.  
Mitglied der Geschäftsleitung

Völklinger Str. 24  
D – 51375 Leverkusen  
+49 (0)163 2525452

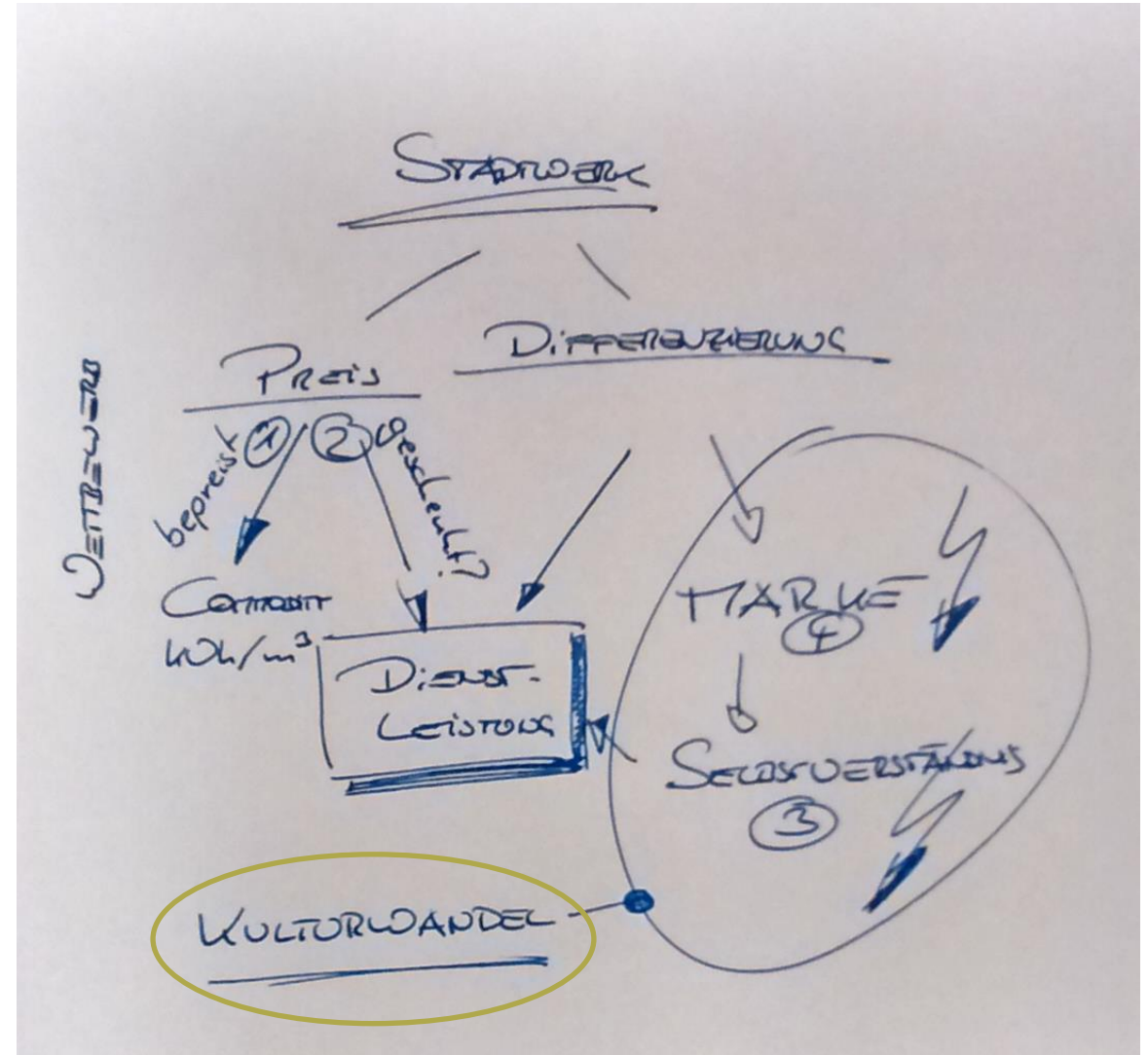
[roggatz@campus-ew.de](mailto:roggatz@campus-ew.de)

Innovation

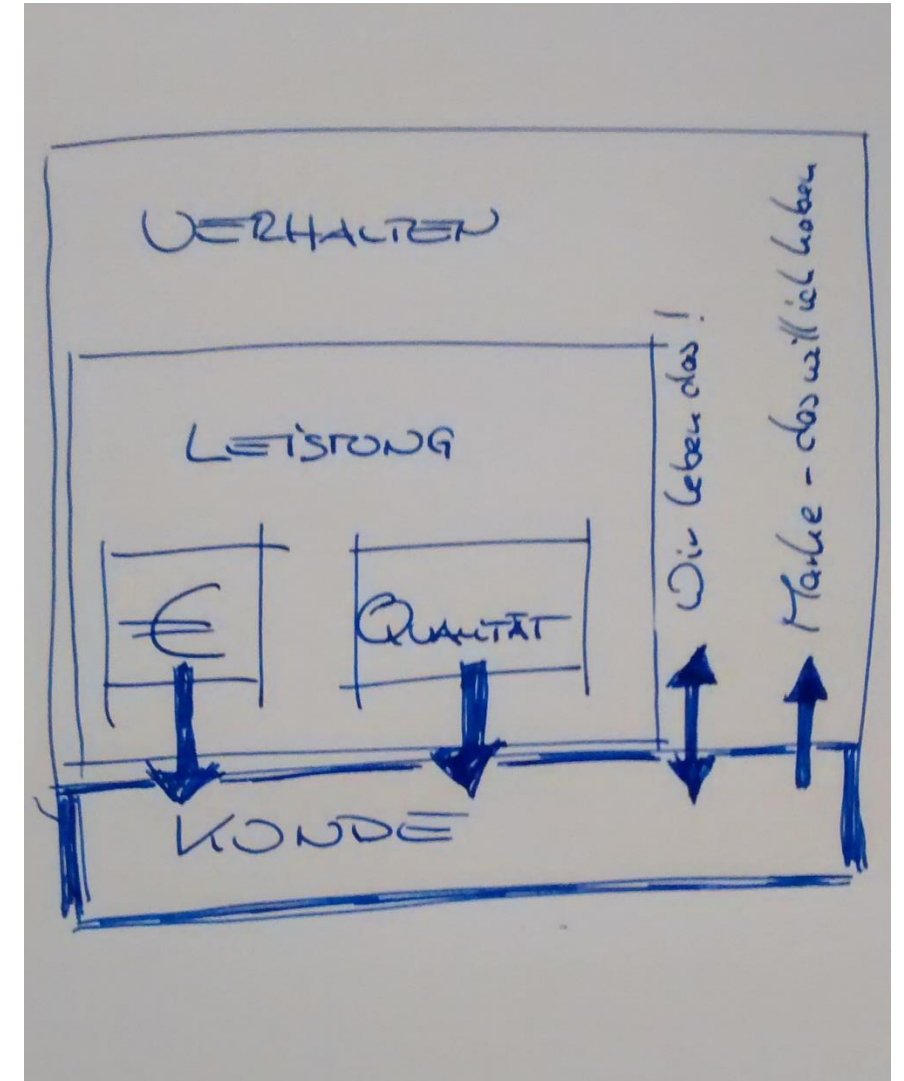
Kulturwandel

- Der Commodity-Vertrieb kommt auch in der Stammregion immer mehr unter Druck
  - Der Wettbewerb nimmt zu, die Margen brechen weg
- Stadtwerke und Energieversorger, die mehr als Commodity-Vertrieb machen wollen, gehen in den Bereich Dienstleistungen
  - Aber, dort werden häufig Leistungen verschenkt
  - Die Vertriebsmitarbeiter stehen nicht wirklich dahinter
  - Dieses Geschäft läuft meist nicht richtig
- „Mehr-von-gleichen“ bringt keine Veränderung
  
- Ansatz
  - Statt Commodities mit Dienstleistungen aufzuwerten, zum echten Dienstleister entwickeln
- Konsequenz
  - Dienstleistungen zu einem eigenständigen Geschäftsfeld entwickeln
  - Sich selber als Dienstleister verstehen
  - Die Unternehmensmarke als Dienstleister etablieren

- Commodity:
  - Prozesse etc. optimieren und günstiger einsteigen
- Dienstleistungen
  - Entwickeln und in den Markt bringen
  - Wandel zu verkaufbaren, eigenständigen Dienstleistungen
- Aufbau des Selbstverständnisses als Dienstleister
  - Verständnis für die „andere“ Kundenansprache und -betreuung
  - Andere Organisation und Führung
- Aufbau und Führen einer starken Marke
  - Identifikation für Kunden und Mitarbeiter



- Jeder Schritt hat Nutzen und Grenzen
  - Bisherige Produkte positionieren:
    - Billiger, mehr zum selben Preis
    - Ziel: Produkt in den Markt drücken
  - Differenzierung durch Qualität:
    - Service, Produkteigenschaft, vor Ort, etc.
    - Ziel: Produkt in den Markt drücken
  - In den Dialog treten, Bedarfe kennen und bedienen:
    - Wir leben das
    - Ziel: Gemeinsam mit dem Kunden agieren
  - Marke etablieren und Bedarf erzeugen
    - Muss ich haben
    - Ziel: Der Kunde fragt nach





Kurzfristig  
Nicht-nachhaltig

Langfristig  
nachhaltig

## Langfristig fit für den Neuen Markt

### – Geschäftsergebnis, Kundenbindung, Identifikation

- Die Entwicklung zum Dienstleister ist nur bedingt durch neue Leistungen möglich. Wesentlich ist der Wandel zur Dienstleistungskultur.
- Unser Angebot
  - Analyseworkshop: Marktposition und Marke
    - Ziel: Bedarf geklärt
  - Modul I: Commodities
    - Preisfindung
    - Prozesskosten
    - Vertriebswege und -kommunikation
    - Kunden- und Marktstruktur
    - Produktportfolio
  - Modul II: Dienstleistungen
    - Kundenbedarf
    - Wertschöpfung, Modularisierung und Standardisierung
    - Serviceportfolio
    - Preisfindung
    - Vertriebswege und -kommunikation
    - Controlling
  - Modul III: Selbstverständnis
    - Kulturwandel
    - Interne Kommunikation
    - Führung
    - Ausbildung
    - Coaching
    - Transparenz
    - Identifikation
  - Modul VI: Marke
    - Positionierung
    - Selbstbild, Werte
    - Kundencluster
    - Markengestaltung
    - Konsistente Kommunikation und Verhalten
    - Markencontrolling
  - Umsetzungsbegleitung



**Campus für Energie und Wirtschaft GbR**

**Axel Roggatz**

Dr.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing.  
Mitglied der Geschäftsleitung

Völklinger Str. 24  
D – 51375 Leverkusen  
+49 (0)163 2525452

[roggatz@campus-ew.de](mailto:roggatz@campus-ew.de)

**Wissen, was machbar ist!**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit