

Strategieüberlegungen im Übertragungsbereich

Hier erscheint eine Ausweitung der Unternehmenstätigkeit vor allem durch die Bereitstellung des Netzes für Dritte möglich. Darüber hinaus ist ein Ausbau des Transportnetzes über das bisherige Versorgungsgebiet hinaus eine mögliche Option. Im Rahmen der Kundenorientierung können Zusatzdienstleistungen (Sicherheit, Abrechnungsmodalitäten usw.) angeboten werden.

Consulting und Produktdiversifizierung in naheliegende Bereiche, insbesondere Telekommunikation sind weitere strategische Optionen.

Strategieüberlegungen im Verteilungsbereich und bei der Vermarktung an Endkunden

Durch die Öffnung der Strommärkte besteht hier die Möglichkeit, die Stromverteilung regional und/oder entlang der Wertschöpfungskette auszudehnen. Dazu sind alle bisher genannten Optionen denkbar.

Bei der Vermarktung des Produktes Strom wird es mehr als bisher auf eine offensive Marktbearbeitung durch die Unternehmen ankommen. Neben der Ausdehnung der Verkaufsaktivitäten über die bisherigen Gebiete hinaus kann auch eine Steigerung der Elektrizitätsanwendung propagiert werden. Substitutionsmöglichkeiten anderer Energieträger durch Strom bei gleichzeitiger Verbesserung der Effizienz, Umweltqualität und Handhabung müssen aktiv kommuniziert werden, um vorhandene Stromabsatzpotentiale auszuschöpfen.

Zielgruppenspezifische Bearbeitung der Kundensegmente erhöht die Kundenbindung und ermöglicht die Ausdehnung in bestimmten Abnehmersegmenten oder einzelnen Branchen. Dazu gehört auch, dass kundengruppenspezifische Dienstleistungspakete bis hin zu umfassenden Energiedienstleistungen entwickelt und angeboten werden.

Diversifikation

Diversifikation in neue Geschäftsbereiche ist vor allem für Unternehmen mit einer Vielzahl von Kundenbeziehungen sehr oft eine lohnende Alternative. Die Richtung geht dabei sowohl zu anderen leitungsgebundenen Dienstleistungen, wie Telekommunikation und den Betrieb von Kabelnetzen, als auch zu allgemeinen Ver- und Entsorgungsleistungen (Wasser, Abfall usw.).