

## **Executive Summary**

"Energie ist ein wichtiger Motor unserer Gesellschaft und Industrie. Ihre Bereitstellung ist eine essentielle Voraussetzung für das Funktionieren des öffentlichen Lebens."<sup>1</sup>

Das schnelle Wachstum der Weltbevölkerung, der steigende Energieverbrauch und die Knappheit der Rohstoffe sorgte in der letzten Zeit für die erhöhte Aufmerksamkeit zum Thema einer sicheren und kostengünstigen Energieversorgung, nicht nur seitens der Politik und Wirtschaft, sondern auch der breiten Öffentlichkeit.

Mit dem Thema der abnehmenden Rohstoffe geht das Problem der CO<sub>2</sub> - Emissionen einher, die durch den so genannten Treibhauseffekt zu einer globalen Erwärmung führen. Ein Grossteil dieser klimaschädlichen Treibhausgase entsteht durch die Verbrennung fossiler Energieträger. Erneuerbare Energien wurden von vielen Ländern der Welt als eine zukunftsorientierte Alternative zu den konventionellen fossilen Brennstoffen erkannt. Weil regenerative Energien eine unerschöpfliche und nachhaltige Energiequelle darstellen, können sie einen wichtigen Beitrag zur Reduktion des Energieverbrauchs aus Energierohstoffen und somit zur Importunabhängigkeit von fossilen Energieträgern, aber auch zum Klimaschutz gewährleisten.<sup>2</sup>

Besonders wurde der Strommarkt in der vergangenen Jahren durch eine rasche Entwicklung der regenerativen Energien gekennzeichnet. In den Ländern, in denen die Liberalisierung der Strommärkte bereits fortgeschritten ist, öffnen sich neue Dimensionen für die Bildung und Entwicklung eines eigenständigen Segmentes für Ökostrom.

Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, die Möglichkeiten der Vermarktung erneuerbarer Energien am Beispiel von Ökostrom darzustellen. Zudem soll untersucht werden, wie Unternehmen, die vor einer doppelten Herausforderung stehen, nämlich die Vermarktung von Elektrizität und jene von Ökoprodukten, die erfolgreiche Vermarktung von Ökostrom gestalten können. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, die Analyse erneuerbarer Energien und ihrer Techniken, sowie der Struktur des Strommarktes, der Zielgruppen und Marketing-Instrumenten, einzubeziehen.

---

<sup>1</sup> Rempel/Schmidt/Schwarz-Schampera 2009, S. 7

<sup>2</sup> vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) 2009, S. 4

Durch mehrere Experteninterviews aber auch die Befragung von Ökostrom-Anbieter die Erreichung des oben definierten Ziels ermöglichen.

Die Analyse erneuerbarer Energien und ihrer Techniken hat aufgezeigt, dass erneuerbare Energien in diversen Perspektiven zu einer nachhaltigen Deckung der heutigen und zukünftigen Energienachfrage einen Beitrag leisten können. Die aufgeführten Nachteile, wie z. B. hohe Investitionskosten können mit der Zeit weitgehend mit Hilfe neuerer und fortgeschrittenerer Technik beseitigt werden.

Stromerzeugung in Deutschland ist durch eine starke Abhängigkeit von Erdöl, Hartkohle und Erdgas gekennzeichnet, was Deutschland zu einer der Länder mit CO<sub>2</sub>-lastiger Elektrizitätsproduktion macht. Vor diesem Hintergrund zielt die Bundesregierung auf eine möglichst schnelle Reduktion der Verwendung dieser Energieträger zugunsten erneuerbarer Energien ab. Sie fördert erneuerbare Energien durch Forschung und Entwicklung, sowie verschiedene Maßnahmen zur Marktentwicklung.

Die Schweiz verfügt mit Ausnahme der Wasserkraft über geringe Energievorkommen. Allerdings gehört die Schweiz mit einem Mix aus Wasserkraft und Kernenergie zu den Ländern mit nahezu CO<sub>2</sub>-freier Elektrizitätsproduktion. Neue erneuerbare Stromquellen, wie Wind oder Sonne tragen in der Schweiz nur begrenzt zur Stromversorgung bei. Die erneuerbare Stromproduktion weist jedoch einen starken Zuwachs auf. Mit der Lancierung des Aktionsprogramms Energie 2000 Ende 1990 und dem Nachfolgeprogramm EnergieSchweiz Ende 2000 wurde und wird das Engagement in der Weiterentwicklung und Einführung erneuerbarer Energien verstärkt vorangetrieben.

Die Analyse hat gezeigt, dass in den liberalisierten Markt immer mehr neuer Ökostromanbieter eintreten, was zum Wettbewerb führt. Allerdings hat die Liberalisierung nicht die gewünschten Resultate gebracht. So haben viele Marktteilnehmer die Auffassung, dass das Ziel verfehlt ist und dass die Gesetzgebung angepasst werden soll.

Das Produkt "Ökostrom" hat Auf dem Strommarkt sowohl in der Schweiz, als auch in Deutschland ein grosses Potential. Jedoch sind die realisierten Marktanteile noch relativ klein.

Daher ist es Aufgabe eines Ökostromanbieters, in einem ersten Schritt die Kunden zu finden, die sich aufgrund ihres umweltpolitischen Engagements oder aufgrund ihres sonstigen Verhaltens als engagierter Bürger mit einem so komplexen Thema wie den Auswirkungen der Stromproduktion beschäftigen.<sup>3</sup> Typische Zielgruppe kann als umweltaktivierbare Konsumente definiert werden.

Viele etablierten Unternehmen und neuen Stromhändler betrachten das professionelle Marketing als eine wichtige Voraussetzung um den neuen Markt durch Ökostrom-Produkte erfolgreich zu erschliessen.

Dabei spielen strategische Grundsatzentscheidungen und die Marketing-Mix Folgenden anhand der 6 P's des Marketing-Mix veranschaulicht werden, wie sich die strategische Entscheidung in der operativen Ausgestaltung

---

<sup>3</sup> vgl. Banning 2006, S. 128