



# Kompetenz in Energie

Innovative Analyse- und Beratungsmethoden für  
Energiewirtschaft und -dienstleistung

CONOSCOPE GmbH

# Der Energiemarkt ist im Wandel

**Die Energiewirtschaft befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel der kompletten Wertschöpfungskette. Zentrale Herausforderungen, denen Sie sich – auch im Rahmen der Energiewende – stellen müssen, werden mit den Schlagworten Dezentralisierung, Digitalisierung und die Dekarbonisierung umrissen.**

**Unser Augenmerk richten wir dabei auf die Auswirkungen für Marketing und Vertrieb energiewirtschaftlicher Produkte und Dienstleistungen.**

**Der Kunde verändert sich.** Er wird auf bestimmten Feldern (u. a. der dezentralen Energieerzeugung und der Elektromobilität) vom Konsument zum Prosumer. Nicht zuletzt durch gesellschaftliche Megatrends, wie dem ökologischen Bewusstsein oder Gegenteilstrends zur Globalisierung, verändern sich Kundenbedürfnisse und -erwartungen. Regionalität gewinnt an Bedeutung, neue Dienstleistungen werden erwartet. Energie an sich ist zwar noch ein Low-Interest-Produkt, aber neue Produkte und Dienstleistungen haben das Potenzial, das Interesse der Kunden zu wecken.

**Der Wettbewerb wird intensiver.** Unter anderem aufgrund der Digitalisierung nimmt die Zahl der Wettbewerber stetig zu und es treten Wettbewerber aus anderen Branchen in den Markt ein. Durch Margendruck in den Geschäftsfeldern Erzeugung und Netze gewinnt der Vertrieb an Bedeutung. Die Digitalisierung verändert Prozesse und klassische Produkte.

Diese Herausforderungen bieten Chancen für die Sicherung und den Ausbau der Zukunftsfähigkeit eines Energieversorgers. Die neuen Kundenansprüche bergen Möglichkeit, mit neuen Geschäftsmodellen, Markenpositionierungen und Marketing- und Vertriebsaktivitäten Wettbewerbsvorteile zu generieren und zu nutzen: Prosumer- und digitale Angebote, Positionierungen mit wertvollen Attributen wie z. B. Regionalität und die zeitgemäße Gestaltung der digitalen Berührungspunkte des Kunden mit dem Energieversorger sind nur drei Punkte von vielen.

**Wir freuen uns, wenn wir zum Thema Zukunft der Energieversorgung mit Ihnen ins Gespräch kommen können.**

# Leistungsangebote von CONOSCOPE

Gern begleiten wir Ihre Prozesse und liefern einzelne passgenaue Bausteine oder gestalten für Sie umfassende Leistungspakete.

**Nutzen Sie unsere Erfahrungen für Ihre Projektbedürfnisse**



## Ihre Projektziele

**Marktanalysen** von Wettbewerbern oder Marktsegmenten

**Ausgestaltung** von Produkteigenschaften, USP, Preis- und Vertragsmodellen

**Geschäftsmodelle und Business Cases** zur Einführung und Platzierung neuer Produkte und Dienstleistungen

**Kommunikationsstrategische** Ansprache von Zielgruppen, Ausrichtung von Marken und Kommunikationsmitteln

## Unsere Kompetenzen

Markt- und Wettbewerbsanalyse

Analyse von Kundenbedürfnissen und Kundenprognosen

Evaluation Ihrer Kommunikation (Online, Werbung, Sponsoring)

Entwicklung von Geschäftskonzepten für Produkte und Dienstleistungen

Volkswirtschaftliche Umfeldanalysen

# Produktportfolio

## Analyse von Kundenbedürfnissen

*Interessen und Bedürfnisse von Verbrauchern und Industrie in Energieversorgung und -effizienz*

### Projektformate

Erhebungen  
(qualitativ und quantitativ)  
Entwicklung, Design und Test neuer  
Produkte und Dienstleistungen

### Projektformate

Marktanalysen und Studien  
Kontinuierliche Analysen  
Business Intelligence-Konzepte

### Themen

Kundensegmentierung  
Kundenbedürfnisse  
Produktgestaltung  
Kundenprognose

### Themen

Märkte und Marktumfeld  
Wettbewerber und Produkte  
national und international  
B2C und B2B

*Ansatzpunkte für eine erfolgreiche Positionierung in der aktuellen Marktsituation*

## Markt- und Wettbewerbsbeobachtung

# Kommunikationsevaluation

*Reichweite und Wirkungen von Kommunikationsinstrumenten bei Zielgruppen*

## **Themen**

Reichweiten

Erinnerung

Image

Verhaltenswirkung

## **Projektformate**

Imageanalyse

Sponsoringevaluation

Werbetests

Website-Analyse

## **Themen**

Regionalwirtschaftliche Bedeutung

von Energieversorgern

Politische und wirtschaftliche

Rahmenbedingungen

## **Projektformate**

Standortbilanz

Umfeldstudien

*Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen Großunternehmen und Regional-/Volkswirtschaft*

## Volkswirtschaftliche Regionalanalysen

# Analyse von Kundenbedürfnissen

**Kundenbedürfnisanalysen liefern Ihnen Informationen zu Kundengruppen und deren Besonderheiten, detaillierte Zielgruppenbeschreibungen und relevante Vorlieben und Einstellungen für Ihre Dienstleistungen und Produkte.**



Sie erfahren, welche Anforderungen und Erwartungen die einzelnen Kundengruppen an Dienstleistungen und Produkte haben und verstehen die zentralen Entscheidungs- und Begeisterungsfaktoren der Kunden. Darauf aufbauend können Sie Produkte und Dienstleistungen zielgruppenspezifisch gestalten.

Zum Einsatz kommen neben der desk research vor allem Methoden der qualitativen Marktforschung zur Erhebung von Meinungen (z. B. Leitfadeninterviews, Fokusgruppen für Zielgruppensegmentierungen, Produkt- und Dienstleistungstests in Simulationsumgebungen).

Die Erkenntnisse aus diesen Methoden werden strukturiert und überführt in PERSONAS und Value Proposition Designs. Daraus leiten sich konkrete Maßnahmen für Kommunikation und Produktgestaltung ab.

## Projektbeispiele

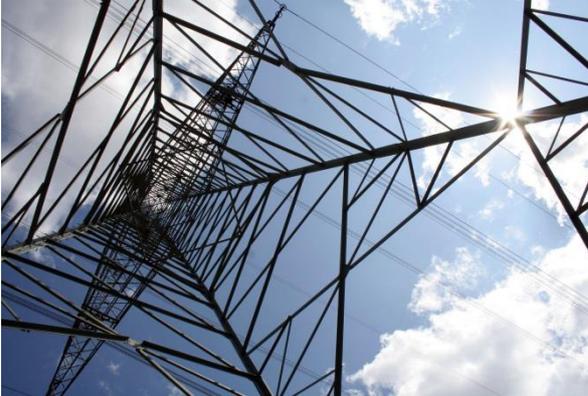
Entwicklung von Maßnahmen zur Kundenbindung von Umzüglern

Kommunikations- und Produktstrategien zur Gewinnung von Grundversorgungskunden

Business Case für die Einführung von Smart Home bei regionalen EVU

# Markt- und Wettbewerbsanalyse

**Mit einer Marktanalyse erhalten Sie Informationen über den Wettbewerb und dessen Erfolgsstrategien, Produkte und Trends. Erkennen Sie Marktnischen und Erfolgsfaktoren, nutzen Sie die Ergebnisse für Ihre Marktbearbeitung.**



Wir liefern Ihnen einen Marktüberblick und Informationen zu Trends, Strategien und Erfolgen von Wettbewerbern, Aussagen über Zielgruppen und Kunden sowie Produktvergleiche. Nutzen Sie diese Informationen zur Unterstützung in Innovationsprojekten, auch in Form eines kontinuierlichen Datensatzes bspw. zur Unterstützung von Vertriebsteams oder dem Produktmanagement. Möglich sind Formate wie Regioprofile, Wettbewerber- und Produktbenchmarks, Wettbewerber-

profile, Länderprofile, Themen- bzw. Branchenstudien und Verflechtungsanalysen im Energievertrieb.

Die Informationen werden gesammelt per desk research, aus der Auswertung der Unternehmenskommunikation, über die Nutzung einschlägiger Fachpresse und bei Bedarf als Integration in Ihnen bereits vorliegende Daten. Aus der Datensammlung generieren wir per Strukturierung und Filterung relevante Aussage und leiten Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen für die definierte Aufgabenstellung ab.

## Projektbeispiele

Marktpotenziale für Energiemanagementsysteme

Erfolgsstrategien in der Rekommunalisierung

Erfolgsstrategien im Energiediscount

Strategien und Produkte im Marktsegment Elektromobilitätsdienstleistungen

Trends und Innovationen in der Energieberatung

Produkt und Vertriebsbenchmarking von Smart Home Anbietern

# Kommunikationsevaluation

**Erhalten Sie differenzierte Erkenntnisse zum Unternehmensimage in verschiedenen Zielgruppen und der Wirksamkeit Ihrer Kommunikationsinstrumente vom Onlineauftritt über Pressearbeit und Werbung bis zum Sponsoring.**



Sie erfahren damit etwas über die Reaktion verschiedener Zielgruppen auf die Unternehmenskommunikation, zu Erwartungen der Kommunikationszielgruppen an Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Kommunikationsinstrumente.

Zum Einsatz kommen hier vor allem reaktive Methoden der quantitativen Marktforschung, wie persönliche und telefonische Befragungen sowie Onlinebefragungen. Bei Bedarf kombinieren wir diese mit den Methoden der qualitativen Marktforschung (Leitfadeninterviews und Gruppendiskussionen) oder mit nicht-reaktiven Methoden, wie die Inhaltsanalyse.

Besondere Formen der Evaluation sind die Imageanalyse, Usability-Tests von Websites, Analyse von Social-Media-Aktivitäten, Presseresonanz-Analysen, Test von Marken und Slogans sowie die Evaluation von Sponsoringwirkungen.

## Projektbeispiele

Optimierung und Neugestaltung des Sponsoringmix für Regionalversorger

Analyse Informationsverhaltens der Regionalbevölkerung auf das Unternehmensimage

Onlinetest von Marken und Slogans für Discountprodukte

# Volkswirtschaftliche Analysen

**Erhalten Sie für Ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wissenschaftlich fundierte und belastbare Daten zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung Ihres Unternehmens.**



Genauere Kenntnisse über die Bedeutung Ihres Unternehmens für die regionale Wirtschaft können in Anbetracht der Diskussion über regionale Verantwortung, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility einen wertvollen Beitrag im Kommunikationsmix leisten. Die Ergebnisse sind jederzeit unabhängig von einem konkreten Ereignis in der Öffentlichkeitsarbeit einsetzbar.

Die regionalwirtschaftlichen Effekte (in den Zielgrößen Wertschöpfung, Arbeitsplätze, Einkommen und Einnahmen der öffentlichen Haushalte), die durch Ihren Geschäftsbetrieb hervorgerufen werden, ermitteln wir wissenschaftlich fundiert über ökonometrische Modelle und statistische Daten. Die Aufbereitung der Ergebnisse erfolgt so, dass sie für eine Kommunikation gegenüber den (regionalen) Anspruchsgruppen geeignet ist und sofort für die Erstellung von Kommunikationsinhalten für z. B. Pressemitteilungen und Pressekonferenzen verwendet werden kann. Wir beraten und begleiten Sie gern hinsichtlich der Auswahl und Umsetzung dafür geeigneter Kommunikationsinstrumente.

## Projektbeispiele

Standortbilanzen zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung Ihres Unternehmens

Regionalwirtschaftliche Bedeutung einzelner Leistungsbereiche wie ÖPNV, Energie o.a.

# Prognosen für Energieversorger

**Ein Teilbereich unserer Kundenanalysen sind Bevölkerungs- und Wirtschaftsprognosen. Damit sind Vorhersagen von Kundenstrukturen und darauf aufbauende strategische Entscheidungen über künftige Maßnahmen zur Kundenbindung und -gewinnung möglich.**



In unsere Prognosen werden neben Standardfaktoren eine Reihe weiterer sozioökonomischer Indikatoren, deren Identifikation die Möglichkeit der direkten Einflussnahme für Kommunen, Gemeinden und Länder auf die demographische Entwicklung der Regionen bietet, eingearbeitet. Das Prognosemodell basiert dabei auf einer Kombination von Sekundärdaten und Primärdaten. Berechnet wird die natürliche Entwicklung der Kunden- und Bevölkerungsstruktur über einen Zeitraum von 20 bis 25 Jahren. Im Einzelnen werden dabei Aussagen auf Gemeinde-

und Landkreisebene, über umliegende Großstädte und über das Liefergebiet des Energieversorgers allgemein getroffen: Wie entwickelt sich die Bevölkerung und deren Alters- und Sozialstruktur? Welche Faktoren haben Einfluss auf die Entwicklung der Bevölkerungsstruktur? Wie groß sind die regionale Bindung und das Wachstum der Bevölkerung? Welche Faktoren bestimmen die ökonomische Entwicklung der Region? Die daraus entstehenden Ergebnisse werden in einem konservativen, einem optimistischen und einem pessimistischen Szenario aufbereitet.

Herkömmliche Bevölkerungsprognosen nutzen meist nur drei Variablen: Geburtenrate, Lebenserwartung und Wanderungsverhalten. Hier setzen wir mit netzwerkanalytischen Methoden an und schließen aus der Feststellung und Prognose sozialer Netzwerkstrukturen einer Region auf deren "Dichte" und "Festigkeit". Bei dieser Art der Untersuchung werden eine Reihe von Faktoren analysiert (u. a. Unternehmensdichte und -struktur einer Region, soziale Struktur in Familie und Verwandtschaft, Freundschafts- und Kollegennetzwerke) und zu Szenarien verdichtet.

## Projektbeispiele

Kundenprognose für regionale Energieversorger über 20 und 25 Jahre

# Analysen und Visualisierung von Netzwerken

**Die Welt ist ein kompliziertes Netzwerk aus Milliarden von Individuen. Ist es möglich, dass in diesem Chaos mathematische Gesetze gelten? Gibt es Muster und Strukturen, die man beschreiben und interpretieren kann?**



Innerhalb der letzten Jahre fanden Mathematiker, Physiker und Computerwissenschaftler Netzstrukturen in vielen Systemen: Hochspannungsleitungen, Ökosysteme, Gehirne und Zellen oder das Internet. In der modernen Zeit ist es wichtig, die „Macht der Netze“ zu verstehen, deren Potenziale zu beschreiben und zu nutzen. Netze können mit mathematischen Formeln berechnet werden. So ist es z. B. möglich, in einem Netzwerk diejenigen Akteure zu identifizieren, die stark mit anderen vernetzt sind und über die viele Verbindungen laufen, sogenannte Hubs oder Super-

knoten. Zum Erreichen des jeweiligen sozialen Umfeldes des Knotens genügt es, Informationen an den Hub zu senden. Das in allen Netzwerkstrukturen gültige Potenzgesetz sagt, dass ein kleiner Input eine große Wirkung entfalten kann. In allen Netzwerken existieren so genannte kritische Zustände – wie eine Schneeflocke, die eine Lawine allein dadurch auslösen kann, dass sie auf ein Schneebrett fällt, dass sich in einem kritischen Zustand befindet. Diese Systematik gilt ebenso in Werbung und Marketing, in der Wahrnehmung neuer Produkte, in der Kundenzufriedenheit, in kulturellen Systemen oder in Wissensnetzwerken. Mit Hilfe moderner Analysetools können wir die Wirkungsweisen von Netzwerken visualisieren, berechnen, prognostizieren und letztlich verstehen.

## Projektbeispiele

Netzwerkanalyse als Marktüberblick innerhalb des Energieversorgungssektors

Social Media Analysen zur Kommunikationswirkung von Energieversorgern

Analyse von Big Data aus der Onlinekommunikation

## Infrastruktur zur Datenerhebung

Für Primäranalysen steht uns ein eigener Feldservice zur Verfügung, mit dem Telefonumfragen, persönliche und Online-Befragungen, ethnographische Beobachtungen, Fokusgruppendifkussionen und qualitative Einzelinterviews schnell und mit hoher Qualität möglich sind.



Neben eigenen Erhebungen nutzen wir Sekundärdaten zur Gewinnung von Informationen für die Wettbewerbsbeobachtung – Unternehmenswebsites, Newsletter, Pressemeldungen, Geschäftsberichte, Kundenmagazine; wissenschaftliche Studien und Fachpresseartikel; Veröffentlichungen und Kommunikation von Verbänden sowie statistische Materialien amtlicher Quellen.

Aus diesen primären und sekundären Datenquellen filtern wir relevante Informationen, verknüpfen und bewerten qualitative Informationen systematisch und bereiten die Ergebnisse als Informations- und Entscheidungsgrundlage auf.

**CAPI-Befragung:** Persönliche Interviews, 25 CAPI-Interviewer, digitaler Fragebogen auf Tablets, schneller Datenexport, Quotenmanagement, Einbindung von Multimedia, Grafiken, Logos und Bildern, Einsatz auf Messen und Ausstellungen sowie bei Passanten- und POS-Befragungen

**CATI-Telefonstudio:** Computergestützte Telefoninterviews, 16 CATI-Interviewerplätze, 50 geschulte Interviewer, Autodialing, modernste Rechner- und Kommunikationstechnik, Sample-Management, Zufallsstichproben, standardisierte Schulungen, fremdsprachliche Befragungen, Supervision

**Online-Befragung:** Hosting auf eigenem Server, inkl. Konzeption, Programmierung, Datenmanagement, Panelintegration, Sample-Management

**Gruppendiskussion:** Großer Gruppendiskussionsraum mit Videoaufzeichnung, Empfangsbereich, individuelles Catering, eigene Moderatoren

# Warum mit CONOSCOPE?

## **Consulting + Results = RESULTING.**

Die CONOSCOPE vereint Marktanalyse, Marktforschung und Strategieberatung unter einem Dach. Unser Anspruch ist es, Ergebnisse mit Relevanz und Implementierbarkeit für unsere Kunden zu erzielen – aus Consulting wird Resulting. Wir stellen uns permanent die Frage nach der Bedeutung der Ergebnisse für den Unternehmensalltag und ihre Umsetzbarkeit.

Damit ist CONOSCOPE in der Lage, ihren Kunden sowohl die Faktengrundlage für unternehmerische Entscheidungen zu liefern als auch in allen wichtigen Entscheidungen mit Sachverstand beratend zur Seite zu stehen.

## **Individualität statt für alle gleich**

Projektkonzepte entwickeln wir individuell für Ihre Bedürfnisse auf der Basis unserer Erfahrung. Erfolgreiche und erprobte Methoden kombinieren wir gemäß ihrer Ausgangssituation und Ihrer Zielstellung.

## **Projektleitung mit Erfahrung**

Wenn Sie mit uns arbeiten, vertrauen Sie Ihre Projekte erfahrenen Unternehmern an, die neue Herausforderungen mit Gelassenheit aus der Erfahrung vieler realisierter Projekte kombinieren.

Als Partner und Projektleiter bringen wir Erfahrung aus mehr als 15 Jahren Projektentwicklung und -leitung, eigener unternehmerischer Tätigkeit, Beratungspraxis in der Energiewirtschaft und Arbeit in der Schnittstelle zwischen Hochschule und Unternehmen ein.

## **Kombination aus Branchenkenntnis und Methodenkompetenz**

Wir sind überzeugt, dass die zentrale Qualitätsvoraussetzung unserer Dienstleistungen die eigene Kompetenz ist. Dies gilt sowohl auf der fachlichen als auch auf der methodischen Ebene. Unser breites Methodenrepertoire kombinieren wir mit dem Branchenwissen im Energiemarkt.

# Referenzbeispiele im Energiemarkt

**eins energie in sachsen GmbH & Co. KG** Wirkungen und Effekte von Sponsoring, Studie zu E-Bikes

**Kompetenzzentrum Öffentliche Wirtschaft, Infrastruktur und Daseinsvorsorge der Universität Leipzig** Befragungen zur Energiewende und Bürgerbeteiligung

**Lechwerke AG** Wirkungen und Effekte von Sponsoringaktivitäten

**Stadtwerke Leipzig GmbH** Studien zum Energievertrieb, Kunden- und Zielgruppenbefragungen, Wettbewerbsanalyse im Energiemarkt, Produktentwicklung Strom, Konzeptbegleitung Online-Firmenkundenvertrieb

**envia Mitteldeutsche Energie AG** Volkswirtschaftliche Effekte der enviaM Gruppe in den ostdeutschen Bundesländern

**EWE AG** Regionalökonomische Effekte aus der Geschäftstätigkeit in den Regionen Ems Weser Elbe, Bremen und Brandenburg / Rügen

**LVV Leipziger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH** Regionalökonomische Effekte aus der Geschäftstätigkeit in den Regionen Leipzig und Sachsen

**MITGAS Mitteldeutsche Gasversorgung GmbH** Regionalökonomische Effekte

**Mainova AG** Regionalökonomische Effekte in der Rhein Main Region

**swb AG** Regionalökonomische Effekte in Bremen

**VNG Verbundnetz Gas AG** Regionalökonomische Effekte Ostdeutschland, Sachsen und Leipzig.

**RWE Vertrieb AG / Innogy SE** Marktbeobachtung im Energie-Tarifikundensegment, Strategie und Zielgruppen Rekommunalisierung und Energiediscount, Kundengewinnungsstrategien im Discount, Erfolgsfaktoren erfolgreicher Energieversorger, Marktpotenziale für Energiemanagementsysteme und Indoor Gardening

**RWE Effizienz GmbH** Studie „Energieeffizienzmarkt heute und morgen“, Produkt- und Wettbewerbervergleich Smart Home und Dienstleistungen im Bereich Elektromobilität, Energiemanagementsysteme für Haushalte

**GfK SE Energiemarktforschung** Unternehmensprofile über Photovoltaikunternehmen, Ländermarktstudie Photovoltaik in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Recherche und Aufbereitung Erzeugungskapazitäten im Energiemarkt für 250 Energieversorgungsunternehmen, Vertriebs- und Kommunikationsstrategien im B2B Vertrieb von Energie und Energiedienstleistung

**KKS Klima-Kältetechnik GmbH** Internationale Marktanalyse und Machbarkeitsstudie Mittelmeerraum für den internationalen Roll out der Kältetechnik von KKS

**N-ERGIE Aktiengesellschaft** Einführung und Betreuung eines kontinuierlichen Wettbewerb-Reporting im Energiemarkt, Marktrecherche Tarifangebote der Gasversorgungsunternehmen in Deutschland

**Stadtwerke Potsdam GmbH** Regionalökonomische Effekte nach Geschäftsfeldern Energie, ÖPNV, Bäder, Entsorgung; Analyse der Preis- und Produktpositionierung des Stadtwerke Potsdam in den Versorgungsreichen Strom, Gas, Wasser

## Wir sind Ihre Partner



**Thomas Lehr**  
Leiter Geschäftsfeld  
Energiewirtschaft



**Laura Oppermann**  
Markt- und  
Meinungsforschung



**Riccardo Jenner**  
Standortbilanz, Markt-  
und Wettbewerbsanalyse



**Markus Schubert**  
Leiter Geschäftsfeld  
Markt- und  
Meinungsforschung

**CONOSCOPE GmbH**

Käthe Kollwitz Straße 60

04109 Leipzig

T +49 341 47827-100

E [info@conoscope.de](mailto:info@conoscope.de)

[www.conoscope.de](http://www.conoscope.de)