
Neues Geschäftsmodell, neuer Vertrieb

04.06.2017 | 17:30 | red. (Die Presse)

Bei der Wien Energie lösen zeitgemäße Modelle den produktorientierten Vertrieb ab.

Während der Finanzkrise war er der Fels in der Brandung. Der Vertrieb brachte das Geld ins Haus, also wurde in ihn investiert und bei allen anderen Bereichen gespart. Die galoppierende Digitalisierung erwischt auch ihn: Wird das Geschäftsmodell umgekrempelt, wird es auch der Vertrieb.

Aktuelles Beispiel ist die Wien Energie, Tochtergesellschaft der Wiener Stadtwerke. Lange Jahre stand sie einer überschaubaren Zahl von Mitbewerbern gegenüber, die wie sie produktorientiert verkauften. Jetzt muss sie sich mit Hunderten anderen matchen, die Strom auf bislang ungekannte Arten anbieten, einschließlich Beziehern, die dank einer Solaranlage auf dem Dach selbst Strom ins Netz einspeisen.

Als Konsequenz stellt sich der Vertrieb der Wien Energie neu auf: Stromerzeugung und Verkauf werden getrennt, Tarife variabel, Smart Meter zur Zukunftshoffnung, Kundendaten zur neuen Erlösquelle. 150 Vertriebsmitarbeiter werden umorganisiert und bekommen ein neues Management, bis hinauf zum obersten Vertriebschef. Sie trifft es noch gut: Im Rest des Hauses werden 300 Mitarbeiter eingespart, vorgeblich durch natürliche Abgänge.

© Karriere