

The background of the slide is a photograph of a beach. In the foreground, there is a sandy beach. In the middle ground, there is a lifeguard stand with a yellow flag on top. In the background, there is a blue ocean and a clear blue sky. Two white wind turbines are visible on the left and right sides of the image. The text is overlaid on a semi-transparent white background.

Angebotsstrategien für dynamische und herkömmliche Stromtarife

Behavioral Economics Empfehlungen zur Vertrieboptimierung

Strategieempfehlungen für Geschäftsfeldentwickler, Produktdesigner und Marketing

Dr. Oliver Gaedeke und Lena Dietz

April 2024

The logo for Sirius Campus, consisting of a thick black horizontal bar on the left and a thick black vertical bar on the right, forming an L-shape.

sirius
campus

Liebe GestalterInnen von Stromtarifen,

durch die Energiewende müssen wir lernen, unseren Stromverbrauch stärker an die produktionsintensiven bzw. verbrauchsarmen Zeiten anzupassen. **Dynamische Stromtarife** sollen dabei helfen. Und müssen von größeren Energieanbietern ab 2025 angeboten werden.

Bereits in 2020 hat Sirius Campus das **Wechselverhalten bei Stromtarifen** in privaten Haushalten untersucht und konkrete Handlungsempfehlungen für regionale und Großanbieter – vor allem zur Kundenbindung – machen können. Mit den dynamischen Stromtarifen bieten sich neue Chancen, bestehende Kunden enger zu binden und neue Kunden zu gewinnen.

Für Energieanbieter bieten wir einen Workshop zum Thema **Angebotsstrategien für dynamische und herkömmliche Stromtarife** zur Beantwortung folgender Fragen an.

- Wie hat sich das **Wechselverhalten seit 2020 verändert**, worauf achten Kunden nun mehr?
- Welches Potenzial hat das **bidirektionale Laden**?
- Welche **Marken- und Werbebotschaften** aktivieren das Interesse an dynamischen Stromtarifen?
- Welche **Zielgruppen und Entscheidertypen** werden dynamische Stromtarife nachfragen?
- Welche **Angebotsaspekte** haben den höchsten psychologischen Nutzenwert und erzeugen zusätzliche Preisbereitschaft?
- Wie kann **Behavioral Economics** die Kaufentscheidung durch passende Angebotsportfolios einfacher und kundenorientierter machen?
- Wie lassen sich **auskömmliche Vertragsbeziehungen** mit hoher Kundenorientierung verbinden?

Im Workshop werden empirisch fundierte Erkenntnisse aus einer **aktuellen Untersuchung bei privaten Haushalten** zum Stromtarifwechsel und zu Angeboten von dynamischen Stromtarifen vorgestellt. Durch die Verbindung mit Behavioral Economics Ansätzen werden Ableitung von Handlungsfeldern gemacht, die direkt **zahlreiche Quick-Wins und konkrete Strategieempfehlungen** bereitstellen.

Dr. Oliver Gaedeke
Geschäftsführer

Lena Dietz
Consultant

Beratungsangebot

Angebotsstrategien für dynamische und herkömmliche Stromtarife

Erfolgreicher mit Behavioral Economics überzeugen

Agenda

- Warming-Up & Begrüßung
- **Marktpotenzial und Wechselverhalten**
Wie viele und wer genau interessiert sich für dynamische Stromtarife und bidirektionales Laden?
- **Marketing und Ansprache**
Wie und wo spreche ich Interessenten am besten an?
- **Angebotsgestaltung**
Welche Aspekte der Angebotsgestaltung steigern den Absatz?
- **Beraten und Überzeugen**
Wie lassen sich Kunden überzeugen und in deckungsbeitragsstarke Tarife führen?
- Ausblick & Verabschiedung

Durchführung online oder vor Ort



Dr. Oliver Gaedeke

Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 40



Lena Dietz

Consultant

Lena.Dietz@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 24 66 43

Profitiere von Quick-Wins
und strategischen Impulsen

Das Angebot richtet sich mit Strategieempfehlungen vor allem an **Geschäftsfeldentwickler, Produktdesigner und Marketing** von Energieanbietern.

Die Stromtarifwechselaktivität ist seit 2020 etwas zurückgegangen. Durch das Angebot dynamischer Tarife kann die Wechselbereitschaft wieder steigen

Einflussfaktoren auf Entscheidungsprozesse



Sirius Campus untersuchte im März über 1.000 private Haushalte (Entscheider für Energieverträge), um fundierte Empfehlungen zur Optimierung von Kaufentscheidungen entlang von Marketing, Beratung und Angeboten zu entwickeln.

Die Select Typen sagen das Wechselverhalten und die Tarifauswahl von allen Merkmalen am stärksten vorher

Kundenmotive anhand der Select Typen (Behavioral Economics)



Eigenständige



Der Strom ist überall gleich. Mit ein bisschen Suche finde ich immer Angebote, bei denen ich noch etwas sparen kann.

Ich suche einen verlässlichen Versorger in meiner Nähe, der mir bei meinen Wünschen und Problemen auch helfen kann.



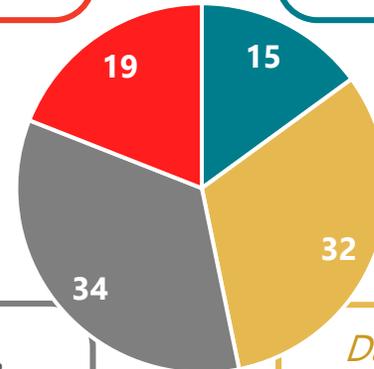
Vorsichtige



Der Energiemarkt ist für mich unüberschaubar und stressig. Ich möchte einfach sichergehen, dass die mir einen fairen Preis machen.

Das Angebot muss mir auch Vorteile bieten, die ich woanders nicht bekomme. Meist nutze ich die Preisvorteile, weil die Versorger kaum andere Mehrwerte anbieten.

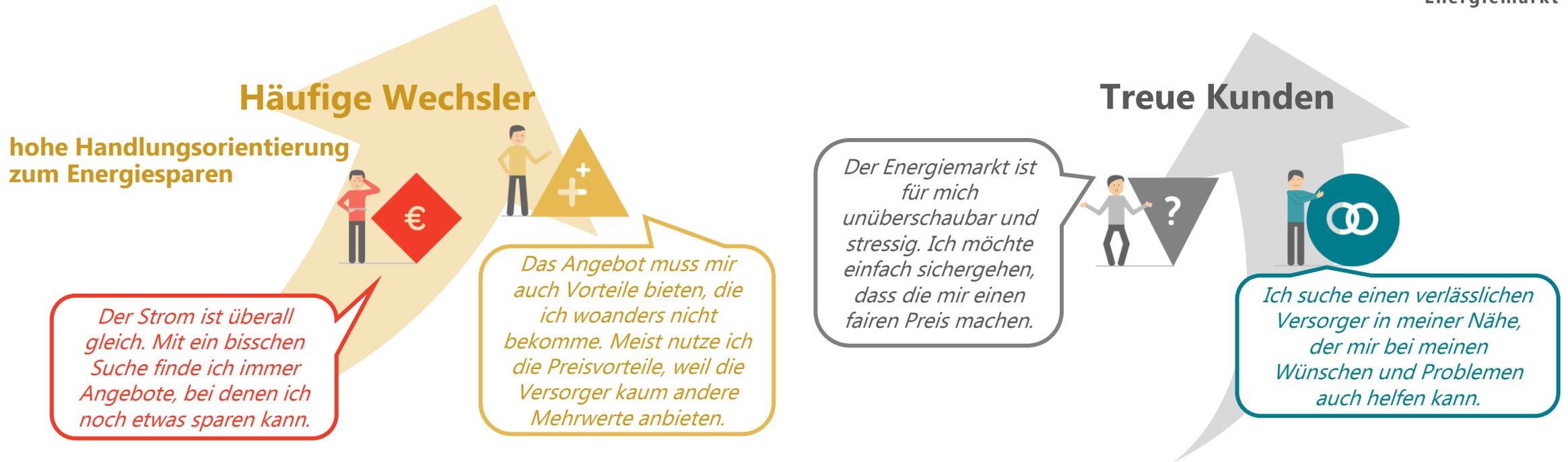
Optimierer



Basis: alle Befragten in 2020, n=3.694

Tarifwechsel lassen sich vorhersagen: Optimierer und Eigenständige wechseln am häufigsten, aber andere Impulse und Anlässe sind auch sehr wirksam

Wechselerhalten von 2020 bis 2024 (hier Auszug aus 2020)



Customer Journey Analyse

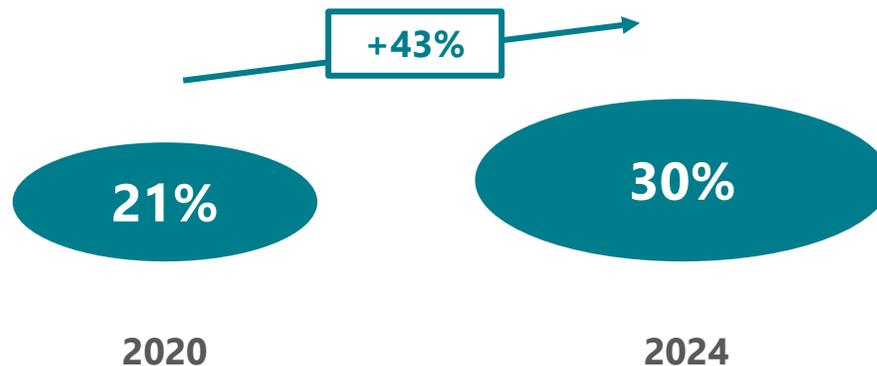
Was bewegt Stromtarifkunden zum Wechseln und was macht sie treu?

Neben den Zielgruppenanalysen werden Treiber für das Wechselverhalten entlang des Entscheidungsprozesses vorgestellt

Wechselverhalten: Wechsel in den letzten 2 Jahren – Überblick

Neuabschluss eines Stromtarifs bei einem neuen Anbieter in den letzten zwei Jahren

Haushalte in %



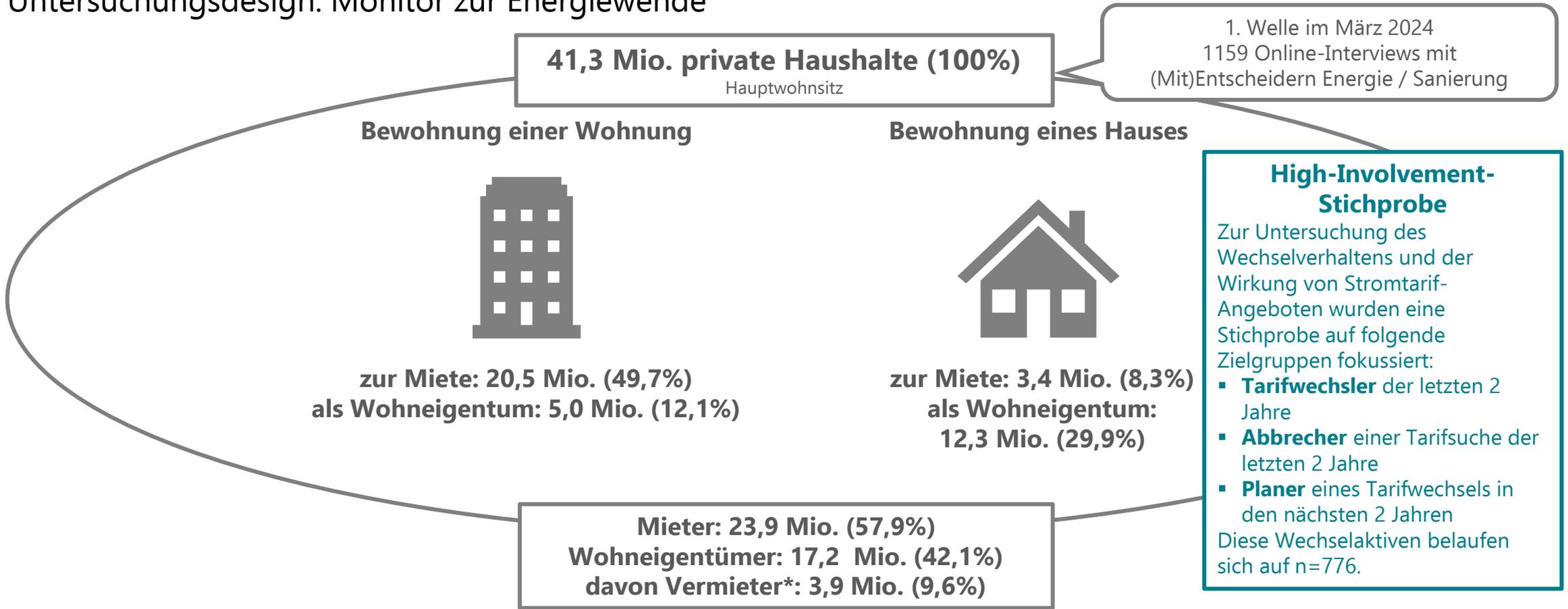
besonders häufig haben diese Zielgruppe ihren Stromvertrag mit einem neuen Anbieter abgeschlossen
(Haushalte in %)

- Besitzt oder Kaufabsicht für ein **E-Auto** (47)
- Select Typen: **Eigenständige** (46) und **Optimierer** (33)
- **Umzug** (42) und in dem Zusammenhang Bewohner jüngerer Gebäude **ab Baujahr 2016** (42)
- in **Kleinstädten** in ländlicher Region (41)
- konkrete **Planer einer energetischen Sanierung** (41)
- hoher **Energieverbrauch** (40)
- **Investoren in Stromgewinnung** in den letzten 5 Jahren (34)
- **Erwerbstätige** (34)
- höhere **Einkommensgruppen** (33)

Basis: alle Haushalte, n=1159, Angaben in %

Fokus auf eine High-Involvement-Stichprobe (n=776) für den Stromtarifwechsel: Tarifwechsler, Abbrecher einer Tarifsuche und Planer eines Wechsels

Untersuchungsdesign: Monitor zur Energiewende



Daten: Mikrozensus 2022 / destatis
* Vermieter können Mieter und Immobilienbesitzer sein

Für die Ansprache und die Aktivierung eines ersten Kontaktes gibt es viele Möglichkeiten. Welche sind die wirksamsten?

Marketing und Ansprache

- Der USP für ein Angebot muss sich in die Markenpositionierung einweben und als hoch relevanter Vorteil zentral beworben werden. Wie dies für regionale und Online-Anbieter funktionieren kann, stellen wir in der Konferenz vor.

Wirksame USPs für dynamische Stromtarife

- Nutzen zum Energiesparen mit bestimmten Haushaltsgeräten
- Kostenersparnis
- Förderung erneuerbarer Energien
- individuellere Stromnutzung
- Preisbremsen
- ...

Preispsychologie bei Stromtarifen

- **Preiswissen**
- **Preisrelevanz**
- **Preisschwellen für** Arbeitspreis und Grundpreis

Individuelle Beratungen zum Marketing-Auftritt und zur Angebotsgestaltung bieten wir optional an.

Wie lässt sich ein dynamischer Stromtarif gestalten, der kundenorientiert ist und einen auskömmlichen Deckungsbeitrag liefert

Bausteine einer optimalen Angebotsgestaltung

Auch die Alternativstrategie wird thematisiert: Wie sollte ein dynamischer Tarif gestaltet werden, um den Verkauf herkömmlicher Stromtarife zu unterstützen?

Margen-Optimierung

Integration günstiger Leistungen mit hohen Nutzenwerten

Behavioral Selling

Unterstützung des Entscheidungsprozesses

**Bausteine einer
umsatz- und marginsteigende
Angebotsgestaltung**

Optimierung des Portfoliowertes

Wahlanteile und Steigerung des Portfoliowertes

Zielgruppenorientierung

Identifizierung von optimalen Angebotsgestaltungen entlang der zentralen Merkmale eines normalen und eines herkömmlichen und dynamischen Stromtarifs

Absatz-Simulations-Tool (Markt-Simulator)

- Auf Basis einer **Conjoint Analyse** werden die Nutzenwerte unterschiedlicher Produktangebote ermittelt. Hieraus ergeben sich in einem **Markt-Simulator** Präferenzwerte und Hinweise auf eine optimale Gestaltung eines Angebots oder eines mehrstufigen Angebotsportfolios. Dabei können auch klassische vs. dynamische Tarife verglichen werden. Folgende Merkmale sind im Markt-Simulator enthalten:

Anbieter <ul style="list-style-type: none">▪ regionales Stadt- / Gemeindewerk▪ e.on▪ EWE▪ Green Planet Energy▪ Ostrom▪ ADAC▪ ALDI	Vertrag <ul style="list-style-type: none">▪ fest▪ dynamisch Laufzeit des Vertrags <ul style="list-style-type: none">▪ 3 Monate▪ 6 Monate▪ 12 Monate▪ 24 Monate	fester Arbeitspreis <ul style="list-style-type: none">▪ von 0,21 bis 0,41 € / kWh Grundpreis <ul style="list-style-type: none">▪ von 0 bis 39 € / Monat	dynamischer Arbeitspreis mit Preisbremse <ul style="list-style-type: none">▪ ohne▪ -0,10 bis 0,70 € / kWh▪ 0,00 bis 0,60 € / kWh▪ 0,10 bis 0,50 € / kWh▪ 0,20 bis 0,40 € / kWh	Sofortbonus <ul style="list-style-type: none">▪ von 0 bis 200 € Beratung für Energiespar-Maßnahmen <ul style="list-style-type: none">▪ kein vs. 1 x kostenfrei Smart-Home Starterpaket <ul style="list-style-type: none">▪ Basis-Station▪ Basis-Station mit 5 smarten Steckdosen
--	--	---	---	--

- In der Konferenz werden die Wirkgrößen der Präferenzbildung entlang von Angebotsportfolios dynamischer Stromtarife vorgestellt.
- Der hoch flexible Markt-Simulator bietet für unterschiedliche Kostenstrukturen und Marktstrategien die wirksame **Gestaltung eines optimalen Angebotsportfolios**. Damit lassen sich Take-Rate und Deckungsbeitrag je Kunden steigern.

Der Markt-Simulator kann für die eigenen Verwendung optional dazu gebucht werden.

Auf Basis der psychologischen Nutzenwerte (individuelle Messung je Proband) können Markt-Simulationen durchgeführt werden

Absatz-Simulations-Tool (Markt-Simulator)

Markt-Simulator

- Mit dem **Excel-basiertem Markt-Simulator-Tool** lassen verschieden Angebotsstrategien überprüfen, z. B. zu den Fragen
 - optimale Anzahl der Tarife
 - Unterstützung des Angebots eines dynamischen Stromtarifes im Kontext herkömmlicher Tarife
 - Alternativstrategie: Unterstützung herkömmlicher Stromtarife durch eine bestimmte Gestaltung des dynamischen Stromtarifs
 - Orientierung an Zielgruppen, z. B. Alter, Einkommen, Investoren für energetische Sanierung, Select Typen
 - Wirkung von Sofortbonus vs. Zusatzleistungen für Energieberatung oder Smart-Home
 - ...
- Alle zuvor beschriebenen Attribute können über die Levels jeweils miteinander **frei kombiniert** werden.
- So kann das **Absatzpotenzial** als Einzelangebot oder im Kontext weiterer eigener oder Wettbewerbsangebote bewertet werden.

Welches Angebot generiert mehr Präferenzen und potenzielle Abschlüsse?

Anbieter	Ihr regionales Stadt- / Gemeindewerk	Ihr regionales Stadt- / Gemeindewerk
Stromtarif	fest	dynamisch
Grundpreis je Monat	35 €	29 €
fester Arbeitspreis je kWh für Vertragslaufzeit in Cent	28	
dynamischer Arbeitspreis mit Preisbremse je kWh von ... bis ...	N/A	ohne Preisbremse
Vertragsdauer in Monaten	24	24
Sofortbonus beim Abschluss	50 €	50 €
Energieberatung für Energiespar- Maßnahmen	1 x kostenfrei	-
Smart-Home Starterpaket	-	Basis-Station mit App + 5 smarte Steckdosen
Präferenzanteil in %	?	?

Bestellung der Beratungsleistung für die Entwicklung von **Angebotsstrategien für dynamische und herkömmlich Strom**

Angebotsvarianten

Basis

Workshop inkl. Handout

- Vorstellung der zentralen Ergebnisse
- Ableitungen von Angebotsstrategien
- Darstellung Behavioral Economics Ansätzen zur Unterstützung der Entscheidungsfindung
- Test von Stromtarifangebote im Markt-Simulator
- Abbildung von zwei Optionen zur Integration von dynamischen Stromtarifen

950 Euro

Smart

Workshop inkl. Handout + **Markt-Simulator-Tool für eigene Analysen inkl. Kurzeinführung**

- Markt-Simulator als Excel-Tool
- freie Variation von allen getesteten Produktattributen
- Preise und Boni können in Euro-Beträgen stufenlos variiert werden
- Analyse entlang von Zielgruppen z. B. Alter, Select Typen, Anbindung an Stadtwerken
- Kurzeinführung über Teams-Termin

1.750 Euro

Smart Plus

Workshop inkl. Handout + Markt-Simulator-Tool + **individueller Beratungs-Workshop**

- Entwicklung spezifischer Fragestellungen im Rahmen des 1. WS
- Bewertung von aktuellen / geplanten Marketing-Unterlagen, Ausarbeitung einer Angebotsstrategie auf Basis von Behavioral Economics
- 2. Workshop mit Vorstellung von möglichen Angebotsstrategien für das spezifische Unternehmen

2.950 Euro

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt. und möglicher Reisekosten bei Vor-Ort-Workshops / -Beratungen

Bestellung der Beratungsleistung für die Entwicklung von **Angebotsstrategien für dynamische und herkömmlich Stromtarife**

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die Beratungsleistung (wie zuvor beschrieben)

Wähle die für euch passende Variante aus

	Basis	Smart	Smart Plus
	Dynamische Stromtarife <u>16.05.2024</u>	Workshop inkl. Handout + Markt-Simulator-Tool	Workshop inkl. Handout + Markt-Simulator-Tool + individueller Beratungs-Workshop mit Fokussierung
Preis	□ 950 €	□ 1.750 €	□ 2.950 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf den folgenden Seiten.

Name:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	PO#:
Straße, Nr.:	Datum:
PLZ Ort:	Unterschrift:

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt. und Reisekosten für Präsentationen

Allgemeine Angebotsbedingungen

Angebotsbedingungen

- Die Investitionen (Preise) für das vorgeschlagene Projekt beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen, wie z. B. Leistungen und Material- sowie Datenbereitstellungen durch den Auftraggeber sowie Annahmen zu Inzidenzen der Zielgruppen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang. Entsprechendes gilt auch für den zeitlichen Projektplan.
- Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen in diesem Beratungs- und Forschungsprojekt liegen und verbleiben ab der Angebotslegung unbefristet bei der Sirius Campus GmbH. Die Rechte an spezifischen Ergebnissen und Handlungsempfehlungen aus dem Beratungs- und Forschungsprojekt gehen mit der Berichtlegung in das Eigentum des Auftraggebers über. Die Marke Select Typen ist als Wort-/Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 30 2020 011 740.2 eingetragen.
- Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlung aus dem Beratungs- und Forschungsprojekt durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.
- Bei Bereitstellung von Kundenkontakten wird eine Datenauftragsvereinbarung geschlossen. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass datenschutzkonforme Einwilligungen der bereitgestellten Personendaten für die in diesem Angebot geplanten Befragungen vorliegen.
- Alle Investitionen (Preise) verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. 60% des Auftrags werden mit der Bestellung in Rechnung gestellt, den Restbetrag zzgl. möglicher Reisekosten und Zusatzbestellungen mit Projektabschluss. Wenn nicht anders vermerkt werden Reisekosten Bahnfahrt 2. Klasse, Economy Flugreisen und PKW mit 0,40 € / km in vollem Umfang mit der Abschlussrechnung in Rechnung gestellt. Die Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung fällig. Abzüge oder Skonti werden nicht gewährt.
- Bei mehreren Angeboten ist jeweils das Angebot mit dem jüngsten Datum gültig.
- Das Angebot ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht an Dritte weitergegeben werden.
- Sirius Campus arbeitet nur für Organisationen, Unternehmen und Institutionen, die sich an ethische und ökologische Standards halten.

Bei Fragen spricht uns gerne an

Kontakt / das Projektteam



Lena Dietz

Consultant

Lena.Dietz@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 246 643



Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 246 640

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern



www.siriuscampus.de und www.select-typen.de



sirius
campus

Die Gestaltung von Entscheidungs- prozessen bietet ein überraschendes Wirkungspotenzial

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

info@siriuscampus.de | +49 221 42 330 200 | www.siriuscampus.de

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln