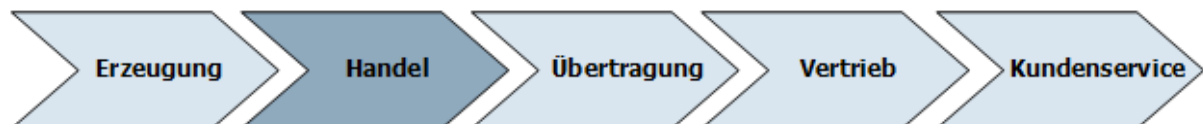


Wertschöpfungskette und Balanced Scorecard bei einem Energieversorgungsunternehmen

Wir konnten bei einer Firma in der Energieversorgungsbranche die Wertschöpfungskette verändern und die Balanced Scorecard als Strategieumsetzungsmaßnahme einführen.

Aus neuen rechtlichen Regelungen des Energiemarktes sind seit kurzem in der Schweiz neue Anforderungen an Energieversorgungsunternehmen aufgekommen. Da Deutschland seit einigen Jahren in diesem Bereich bereits Erfahrungen sammeln konnte, haben wir von deren Erfahrungen gelernt. Nach der Neuregulierung mussten sich die Versorger und Produzenten am Markt neu behaupten. Restrukturierungen und strategische Neuausrichtungen der Energieversorgungsunternehmen waren erforderlich gewesen. Die Chancen und Risiken des neuen Wettbewerbs mussten neu beurteilt werden damit sie bestehende Kunden behalten und neue Kunden gewinnen konnten. Dabei wurden die eigenen Stärken des Unternehmens als entscheidende Erfolgsfaktoren immer wichtiger um sich im intensiven Wettbewerb von den Konkurrenten abzuheben. Durch die Liberalisierung im Energiesektor wurde die Wertschöpfungskette um ein zusätzliches Wertschöpfungsglied, den Handel, erweitert.



Die Auflösung der Monopolstruktur und das einhergehende Auftreten neuer einheimischer und ausländischer Konkurrenzunternehmen führen zu einer neuen Wettbewerbssituation, genauer gesagt, zu einer Veränderung der Erfolgsfaktoren im Wettkampf um die Kunden. Spezialisierte Marktakteure besetzen Nischen und bewerben mit gezielten Angeboten einzelne Kundengruppen, wobei der Preis oft das ausschlaggebende Argument darstellt.

Unser Beratungsverfahren

Vor der Skizzierung eines Soll-Zustandes beschreiben wir den Ist Soll Zustand, um eine individuelle Unternehmensstrategie, bei der die eigenen Stärken und Schwächen in die Strategieentwicklung einfließen.

Die Umsetzung:

Unser Unternehmen aus der Energieversorgung hat neben dem Aufbau der Marketingabteilung und einer Erhöhung des Werbebudgets, eine Einführung des Risk-Managements zur Einschätzung der Chancen und Risiken als weitere wichtige Massnahme neu eingeführt. Die Kommunikation und die Umsetzung der Strategie war einer der zentralen Erfolgsfaktoren, bei dem das Top Management diese wichtige Aufgabe zu bewältigen hatte. Eine erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensstrategie ist dank der Balanced Scorecard gut gelungen. Doch mindestens gleich wichtig war die strategische Führungs-Kommunikation, welches klare Zielvorgaben vermittelte und den inneren Rückhalt des Unternehmens bildete.

Anhand eines Beispiels, respektive eines persönlichen Gesprächs, können wir Ihnen das Potential in Ihrem Unternehmen aufzeigen. [Kontaktieren Sie uns!](#)

Der Autor

Joe Namesnik, MBA International Management
iKnowledge GmbH, Managing Partner und Organisationsberater
Email: joe.namesnik@iKnowledge.ch