



**Strom und Stromwirtschaft –  
wie kann das Image verbessert werden?**

**Martin Czakainski**  
Chefredakteur und Herausgeber der Fachzeitschrift  
„et“ Energiewirtschaftliche Tagesfragen, Essen

1. Image-Status der deutschen Stromversorgung
2. Allgemeine und branchenspezifische Einflussfaktoren
3. Bausteine zur Verbesserung von Image und Reputation



## Image, Reputation und Stromwirtschaft

- Unternehmens-Image: Momentaufnahme, unterliegt permanenten Änderungen, volatil
- Einflussmöglichkeiten:
  - Bereitstellung von exzellenten marktfähigen Produkten und Dienstleistungen
  - Kommunikationsinstrumente wie Anzeigenkampagnen, Sponsoring etc.
- **Image** = Instrument, um durch kurzfristige Wertsteigerung potentielle Kunden anzusprechen



## Unternehmens-Reputation:

- Zielt darauf ab, **langfristigen Unternehmenswert** nachhaltig zu steigern
- Wichtige Rolle im Kaufprozess, wenn bei Produkten die **Qualität nicht auf den ersten Blick erkennbar ist**

## Stromversorger im Image-Tal:



- **Erscheinungsbild** der Stromversorger, **die vor Ort** Strom liefern:
  - positiv: Leistungsfähigkeit
  - Kundenfreundlichkeit
  - gutes Ansehen in der Öffentlichkeit
- **Erscheinungsbild** der Stromversorger **allgemein**:
  - Negativ: Glaubwürdigkeit und Vertrauen
    - (Bürger vertrauen eher: Verbraucher- und Umweltverbänden, Familien- und Bekanntenkreis)
    - Umwelt- und Klimaschutz
    - („Innovationsbremse“/Energiewende)
    - Ökostrom-Angebote sehr lückenhaft



## Allgemeine Einflussfaktoren in Deutschland (Auszug):

- Grüne Bewegung als einflussreiche, politische Kraft
- Wertewandel, „68er“, postmaterialistische Grundhaltung
- Medienmarkt: Starker Wettbewerb, Regionalisierung,  
Trend zur Skandalisierung  
Folge: „permanente Irritation der Öffentlichkeit“
- Position der „wissenschaftlichen und moralischen Eliten“
- Erstarren der Zivilgesellschaften, wachsende Bedeutung von NGO's
- Schizophrenie-Trend: Nimby-Effekte (Not in my Backyard)



## Branchenspezifische Einflussfaktoren (Auszug):

- lokale, regionale und gesamtwirtschaftliche Wertschöpfungsbeiträge bleiben unbeachtet
- Zuverlässigkeit und Qualität der Stromversorgung erhält keine Wertschätzung
- Stromversorger als „Daseinsvorsorger“
- Finanzmarktkrise: Rückkehr des starken Staates, Teil-Verstaatlichung, Renaissance der öffentlichen Institutionen?



- Klimaschutz: Hemmnisse verhindern schlüssiges Konzept, wie
- Stromversorgung bei Klimaschutz, Rohstoffengpässen und erneuter Teuerung zukünftig aussehen soll
- Betreiber von Kernkraftwerken: Ungewisse Lage, ob politisch robuste Mehrheiten pro Kernenergie erreicht werden
- Kohleverstromung CCS: Ringen um Akzeptanz



## Bausteine zur **Verbesserung** von **Image** und **Reputation**

- Ziel: Turnaround beim Image  
Imagewechsel ist anspruchsvollste Herausforderung der Kommunikationsstrategie
- Realistisch: Akzeptiert als „ungeliebte Kinder“ ?  
„Leben mit dem Dissens“?
- Mittelfristig: Rückgewinnung von Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Zukunftsfähigkeit

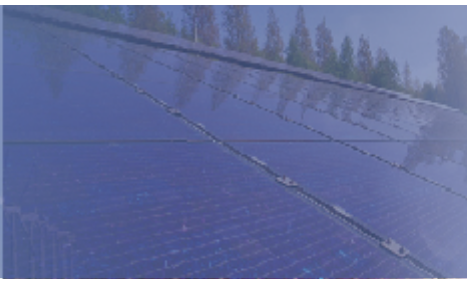




- Instrumente: Intensivierung der Kommunikation mit externen Stakeholdern  
Hürden: Erneute Teuerung auf den Rohstoffmärkten  
Anforderung der Klimaschutzpolitik  
Massive Proteste bei Laufzeitverlängerungen der  
Kernkraftwerke  
Kohleverstromung und CCS: Kenntnis und  
Sinnhaftigkeit vermitteln, Akzeptanz erzielen
- Zielgruppen und Zielgruppenansprache



- Kommunikations-Instrumente: Medien zur Gestaltung des Dialogs zwischen den Unternehmen und ihren Stakeholdern
- Konzept-Beispiel:
  - **Dialogorientierte Preiskommunikation** mit zielgruppengerechten Informationen, Aufklärung über die Preisbildung in Wettbewerbsmärkten und die Ziele eines liberalisierten Energiemarktes
  - Von der Öffentlichkeit als **Bringschuld** angesehene starke **Umweltorientierung**, Priorität beim **Klimaschutz**, Entwicklung und Einsatz **Erneuerbarer Energien** sowie Erschließung von **Effizienz-** und **Einsparmöglichkeiten**
  - **Innovative Themen**: Neue Stromprodukte mit gutem Preis-/Leistungsverhältnis, technische Innovationen bei Elektromobilität, Kraftwerks- und CCS-Techniken, smart metering, smart grid,



- Fazit