



bdeu

Energie. Wasser. Leben.

HEA

Erhebung zur Kooperation von Energieunternehmen mit Marktpartnern 2020

Auswertungsbericht

Inhalt

Erhebung zur Kooperation von Energieunternehmen mit Marktpartnern 2020	3
Beteiligung nach Branche und Größe der Unternehmen	4
Differenzierung der Marktpartnerschaften	5
Kooperation in Interessens- und Arbeitsgemeinschaften/Energiegemeinschaften	7
Kooperation durch Einbindung von Marktpartnern in Produkte	13
Kooperation durch Informationsweitergabe an Marktpartner	17
Keine oder sonstige Kooperationsformen	18
Unser Angebot für Ihre Marktpartnerschaft	19

Hinweis

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung. Die gesamte Broschüre oder Teile der Broschüre dürfen in jeglicher Form nicht ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert, vervielfältigt oder verbreitet werden. Trotz größtmöglicher Sorgfalt bei der Bearbeitung der Broschüre ist jegliche Haftung für Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts ausgeschlossen.

Bildnachweis

goodluz adobestock.com (S. 8), jannoon028/adobestock.com (Titel), Lightfield Studio/adobestock.com (S. 18), Ssurasak/adobestock.com (S. 5)

Erhebung zur Kooperation von Energieunternehmen mit Marktpartnern 2020

Technologiewandel und energiepolitische Entwicklungen machen Kundennähe und branchenspezifisches Wissen für Energieunternehmen, das Handwerk und die Industrie unverzichtbar. Dafür sind Kooperationen, strategische Partnerschaften bzw. Elektro-, Gas- und Energiegemeinschaften seit jeher wichtige Instrumente. Der BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e. V. (BDEW) und die HEA – Fachgemeinschaft für effiziente Energieanwendung e. V. als Marktpartnerverbund der Energiewirtschaft unterstützen Energieunternehmen dabei, diese Partnerschaften aufzubauen und zu stärken. In Zusammenarbeit mit dem BDEW betreut die HEA die aktiven Energiegemeinschaften und betreibt die Plattform energiegemeinschaften.com.

Mit dieser Erhebung wollen BDEW und HEA die aktuelle Situation und die Zukunft der Marktpartnerschaften beleuchten. Ziel ist es, zu analysieren, wie die Energiewende und die damit verbundenen technologischen Herausforderungen sich auf die traditionelle Marktpartnerschaft zwischen Energieunternehmen, Industrie und Fachhandwerk auswirken.

Auf Basis der analysierten Ergebnisse soll der Kontakt mit den Marktpartnerschaften ausgebaut und der Austausch der Marktpartnerschaften untereinander angeregt werden. Zudem werden BDEW und HEA ihr Angebot für die Unterstützung der Marktpartnerarbeit an die Bedürfnisse und Herausforderungen der Marktpartnerschaften anpassen und erweitern.

Kooperation im Sinne dieser Erhebung bedeutet:

- › Betreuung von Partnerbetrieben und Informationsweitergabe
- › Einbindung von Partnerunternehmen in Projekte des Energieunternehmens
- › Marktpartnerschaften
- › Elektro-, Gas-, Energiegemeinschaften etc.

Marktpartner im Sinne dieser Erhebung sind insbesondere:

- › Betriebe der Elektro-Handwerke
- › Betriebe des Sanitär-, Heizungs- und Klima-Handwerks (SHK)
- › Schornsteinfeger sowie ähnliche Handwerksgruppierungen
- › Hersteller von Geräten, Anlagen und Systemen mit Bezug zur Energieanwendung
- › Groß- und Einzelhandel
- › Architekten, Planer und Ingenieurbüros
- › andere Verbände und Innungen

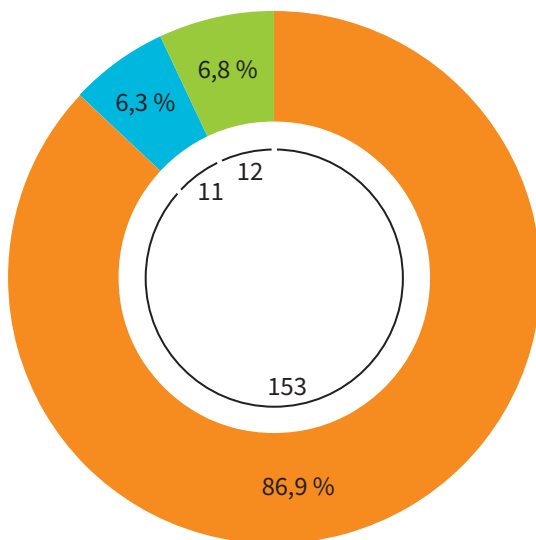
Beteiligung nach Branche und Größe der Unternehmen

Eingeladen, sich an der Erhebung zu beteiligen, waren Energieunternehmen in Deutschland.

Zeitraum der Erhebung: 24.09.2020 bis 22.10.2020
Form der Erhebung: Online-Befragung über die Web-Applikation: SoSci Survey

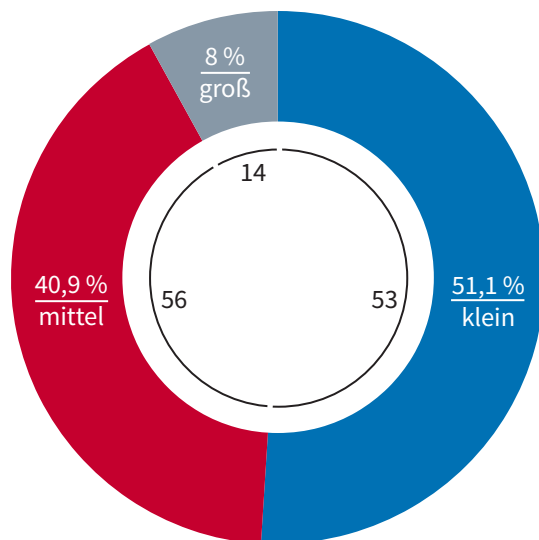
196 abgeschlossene Fragebögen
176 auswertbare Datensätze

Branche



- Energievertrieb (+ ggf. Netzbetrieb)
- reiner Netzbetrieb
- nicht zuzuordnen

Unternehmensgröße nach Anzahl der Mitarbeitenden



- unter 50 Mitarbeitende
- 50 bis 500 Mitarbeitende
- über 500 Mitarbeitende

Unter den Unternehmen, die sich an der Erhebung beteiligt haben, ist der Anteil reiner Netzbetreiber deutlich **kleiner als 10 %**.

123 Unternehmen, und damit **knapp 70 %** der Unternehmen, haben angegeben, dass sie mit Marktpartnern Kooperationen pflegen, die über die Eintragung in die Installateurverzeichnisse der Netzbetreiber hinausgehen. **Die folgende Auswertung bezieht sich auf diese Unternehmen.**

Differenzierung der Marktpartnerschaften

Im Rahmen dieser Erhebung wurde zwischen folgenden Arten bzw. Ausprägungen von Kooperationen mit Marktpartnern differenziert:

A: Kooperation im Rahmen einer festen Organisationsform, deren Mitglieder als Interessens- und Arbeitsgemeinschaft gemeinsam langfristig angelegte Ziele verfolgen: Mitglieder dieser Marktpartnerschaft sind Partnerbetriebe, das jeweilige Energieunternehmen und ggf. weitere Betriebe, Unternehmen und Institutionen aus dem Energiedienstleistungs-Sektor. Marktpartnerschaften dieser Art laufen unter Bezeichnungen wie Energie-, Elektro-, Gas-Gemeinschaft oder als Profi-Gemeinschaft und Energiekreis.

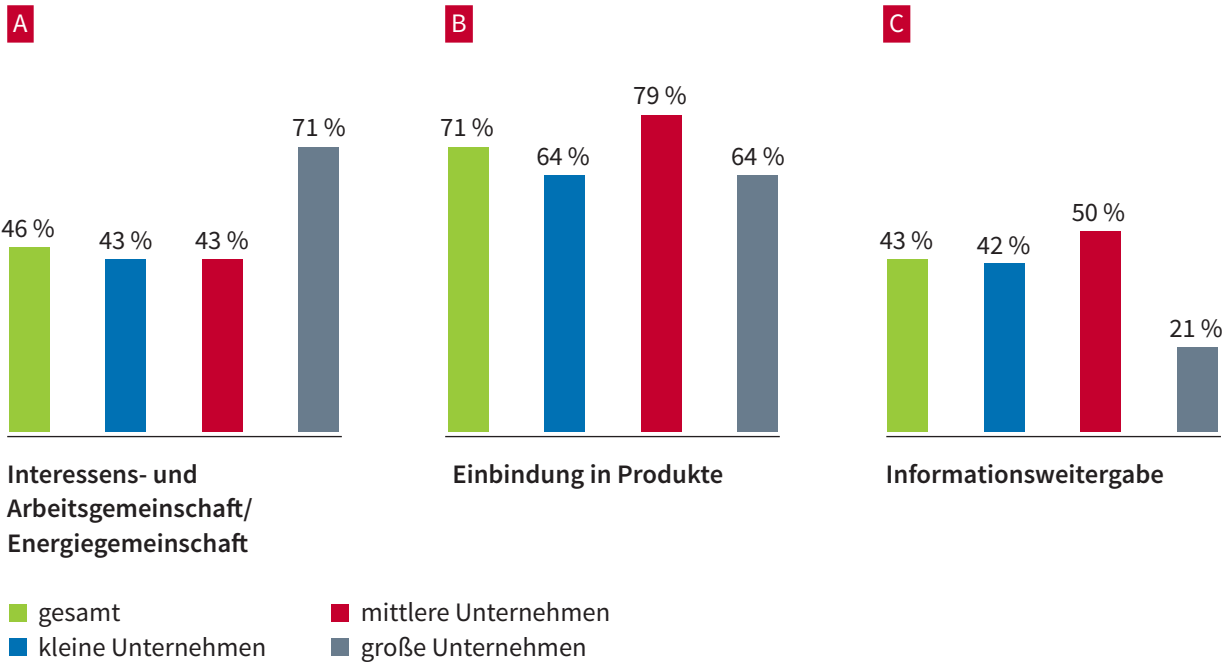
B: Kooperation durch Einbindung von Marktpartnern in Produkte, bzw. Dienstleistungsprodukte: Energieunternehmen beauftragen einzelne Partner mit Teilaufgaben bei Dienstleistungsprodukten wie

Energie-Contracting, Energiemanagement, Facility-Management, usw. Teilaufgaben wie Planung, Wartung und Betrieb werden von ausgewählten Partnerbetrieben übernommen. Diese Partner sind dann in das konkrete Dienstleistungsangebot des Energieunternehmens integriert, z. B. in Form eines „Rundum-Sorglos-Pakets“ oder „Full-Service-Produkts“.

C: Kooperation durch Weitergabe von Informationen an Marktpartner: Energieunternehmen geben Informationen weiter, welche die Partnerbetriebe im Rahmen ihrer Dienstleistungen, Planungsleistungen usw. benötigen. Energieunternehmen betreuen auf diese Weise z. B. Vertragsinstallateure und sprechen Empfehlungen für Partnerbetriebe in der Region aus.



**Frage: Wie arbeiten Sie mit Marktpartnern (regional/überregional) zusammen?
(Mehrfachnennungen möglich)**



Ergebnis der Auswertung:

- › 46 % der Unternehmen kooperieren im Rahmen einer festen Organisationsform wie einer **Energiegemeinschaft**
- › In 71 % der Fälle erfolgt eine **Einbindung der Marktpartner in die eigenen Produkte und Dienstleistungen**
- › 43 % stellen den Marktpartnern **Informationen** für deren Tätigkeitsfelder zur Verfügung

Die Einbindung von Marktpartnern in eigene Produkte ist die meist verbreitete Kooperationsform.

Marktpartnerschaften in Form einer Interessens- und Arbeitsgemeinschaft/Energiegemeinschaft sind bei großen Unternehmen am häufigsten vertreten. Diese erfordern ein hohes Maß an Organisation und Betreuung.

Kleine und mittlere Unternehmen kooperieren im Vergleich zu großen Unternehmen hingegen seltener im Rahmen von Energiegemeinschaften. Sie pflegen mit Partnern einen direkteren Kontakt in losen Zusammenkünften.

- › 61 % der befragten Unternehmen haben mehrere der drei vorgegebenen Kooperationsformen für ihre Aktivitäten genannt.
- › 15 % der Unternehmen haben angegeben, dass sie sowohl Energiegemeinschaften pflegen, Marktpartner in Produkte einbinden als auch Informationen an Marktpartner weitergeben.

Hinweis: Trotz der in der Erhebung beabsichtigten Unterteilung der Marktpartnerschaften in drei qualitativ abgestufte Kooperationsformen ist eine scharfe Abgrenzung in der Praxis nicht möglich. Auch das Verständnis der Begriffe „Energiegemeinschaft“ bzw. „Marktpartnerschaft“ ist nicht einheitlich. Während einige Unternehmen unter einer Energiegemeinschaft beispielsweise eine fest organisierte Struktur bzw. einen fest eingetragenen Verein verstehen, bezeichnen andere auch ihre losen vertrieblichen Aktivitäten in Kooperation mit anderen Unternehmen als Energiegemeinschaft.

Kooperation in Interessens- und Arbeitsgemeinschaften/Energiegemeinschaften

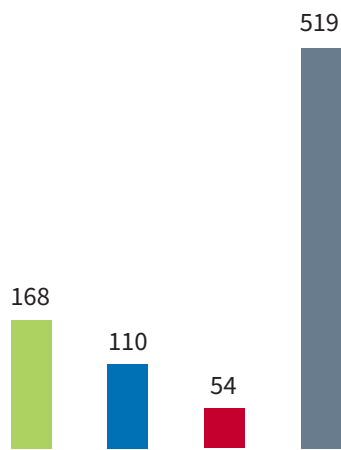
46 % der befragten Energieunternehmen, die Marktpartnerschaften pflegen, kooperieren in Form von **Interessen- und Arbeitsgemeinschaften bzw. Energiegemeinschaften**.

Verfügt Ihre Marktpartnerschaft/Energiegemeinschaft über eine Satzung?



Bei den Energiegemeinschaften, die über keine Satzung verfügen, handelt es sich zum Beispiel um Organisationen innerhalb eines Unternehmens und/oder lose Zusammenkünfte, die gemeinsame, produktbezogene Interessen verfolgen.

Wie viele (ordentliche) Mitglieder hat Ihre Marktpartnerschaft/Energiegemeinschaft?



Bei den Zahlen handelt es sich um Durchschnittswerte.



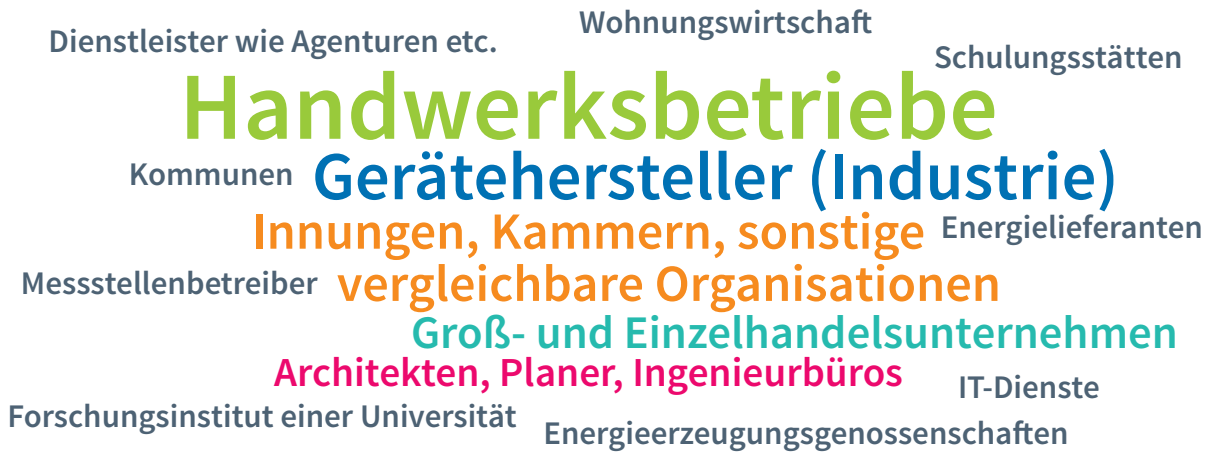
Ergebnis der Auswertung:

Die durchschnittliche Größe der Energiegemeinschaften liegt bei **168 Mitgliedern**.

Große Unternehmen haben aufgrund größerer Versorgungsgebiete und Kundenzahlen auch mehr Mitglieder in den Gemeinschaften.

Die großen Unterschiede in den Mitgliederzahlen lassen sich auch auf das jeweilige Verständnis von Marktpartnerschaften und der damit verbundenen Mitgliederstruktur zurückführen. Das führt innerhalb der jeweiligen Größenklassen (kleine, mittlere, große Unternehmen) zu großen Streuungen bei der angegebenen Mitgliederzahl.

Wer sind die Mitglieder der Marktpartnerschaft/Energiegemeinschaft?



Ergebnis der Auswertung:

Die befragten Unternehmen gaben an, dass sie besonders häufig mit **Handwerksbetrieben** kooperieren. Neben weiteren klassischen Mitgliedern einer Marktpartnerschaft wie **Gerätehersteller** sowie **Groß- und Einzelhandelsunternehmen** etc. wurden beispielsweise auch **Forschungsinstitute**, **Schulungsstätten** und **Kommunen** als Kooperationspartner genannt.

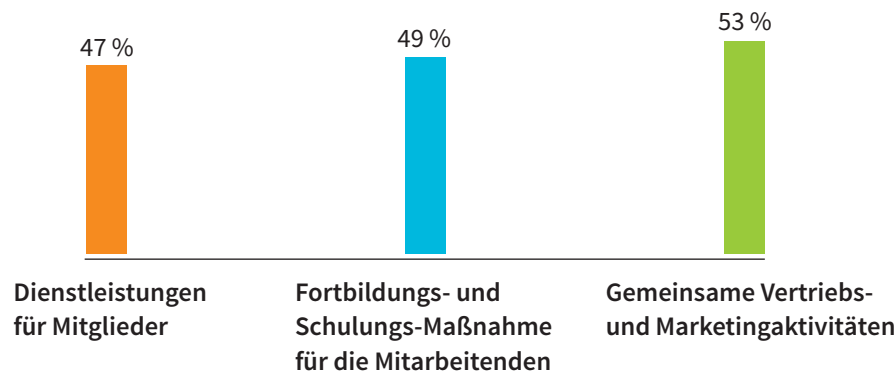


Was sind die Aufgaben- und Arbeitsschwerpunkte der Gemeinschaft?

Dienstleistungen für Mitglieder: Gewinnung, Auswertung und Ausarbeitung von Marktinformationen aus der Region; Bereitstellung von Werbeunterlagen, Vorlagen für Anzeigen, Messebaukästen, Argumente und Unterlagen für Kundengespräche etc.

Fortbildungs- und Schulungsmaßnahmen für die Mitarbeitenden der Mitgliedsunternehmen: Informationsveranstaltungen, Fachseminare zu Trends und zur aktuellen Entwicklung in der Energietechnik, in der Energieversorgung, im Energiemarketing; Fahrten zu Messen wie Light+Building, ISH.

Gemeinsame Vertriebs- und Marketingaktivitäten: Gemeinsame Vermarktungsaktivitäten einschließlich der Erarbeitung der hierfür erforderlichen Bausteine für die Produktentwicklung, Marktkommunikation und Kundenansprache; Gemeinschaftswerbung etc.



Ergebnis der Auswertung:

Für die Unternehmen, die im Rahmen einer Energiegemeinschaft mit Marktpartnern kooperieren, sind die abgefragten Schwerpunkte ungefähr gleichermaßen relevant.

Knapp 20 % der Unternehmen gaben an, dass ihre Energiegemeinschaft auch sonstige Aufgaben- und Arbeitsschwerpunkte verfolgt.

Folgende Themen wurden mit absteigender Häufigkeit genannt:

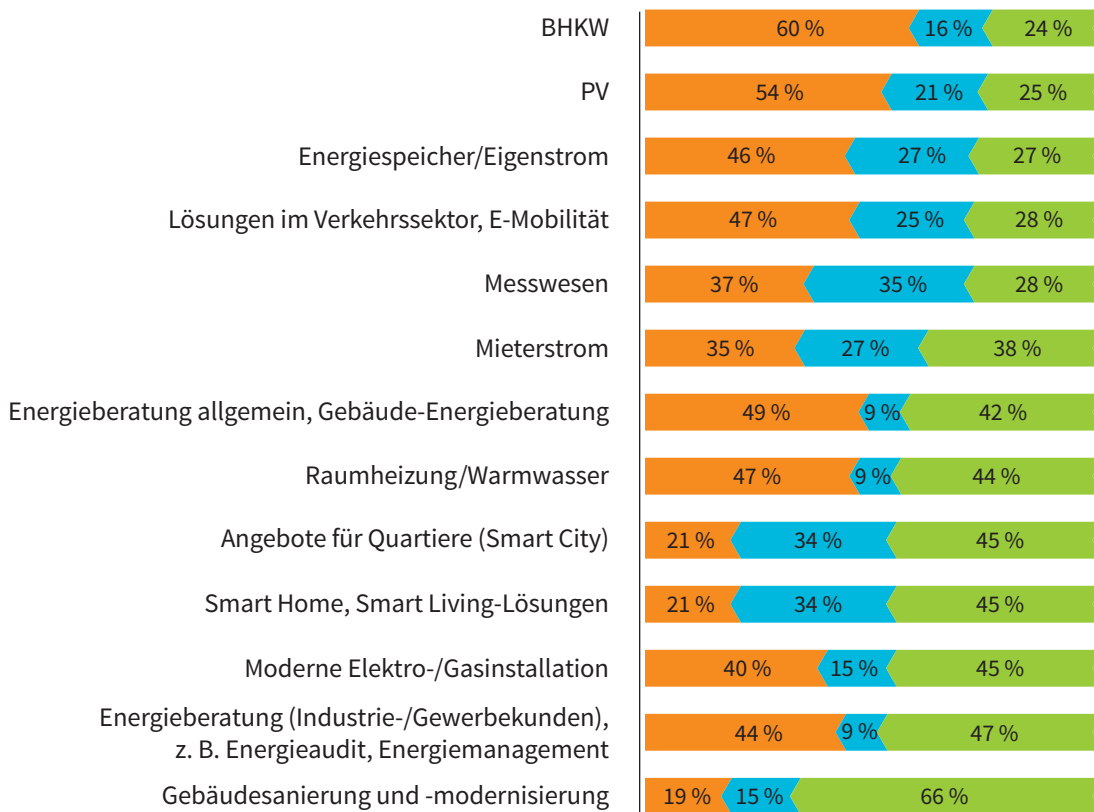
- › Erfahrungsaustausch und Wissensaustausch innerhalb der Interessengemeinschaft
- › Gemeinsamer Einkauf, Energiebeschaffung und -handel

- › individuelle Dienstleistungen

- › gemeinsame Forschungsansätze
- › Pflege und Koordination Installateurverzeichnis
- › technischer Austausch
- › Netzaktivitäten
- › Projekt- und Produktentwicklung
- › gemeinsame Besuche von Messen

Welche Themen sind für Ihre Energiegemeinschaft relevant und inwiefern ist die Gemeinschaft in diesem Bereich bereits aktiv?

Die Unternehmen konnten 13 Themen in die drei Kategorien „bereits realisiert“, „in Vorbereitung/geplant“ und „nicht relevant/nicht beantwortet“ einordnen.



■ bereits realisiert ■ in Vorbereitung/geplant ■ nicht relevant/nicht beantwortet

Ergebnis der Auswertung:

Die 5 wichtigsten Themen der Energiegemeinschaften (bereits realisiert sowie in Vorbereitung) der befragten Unternehmen sind:

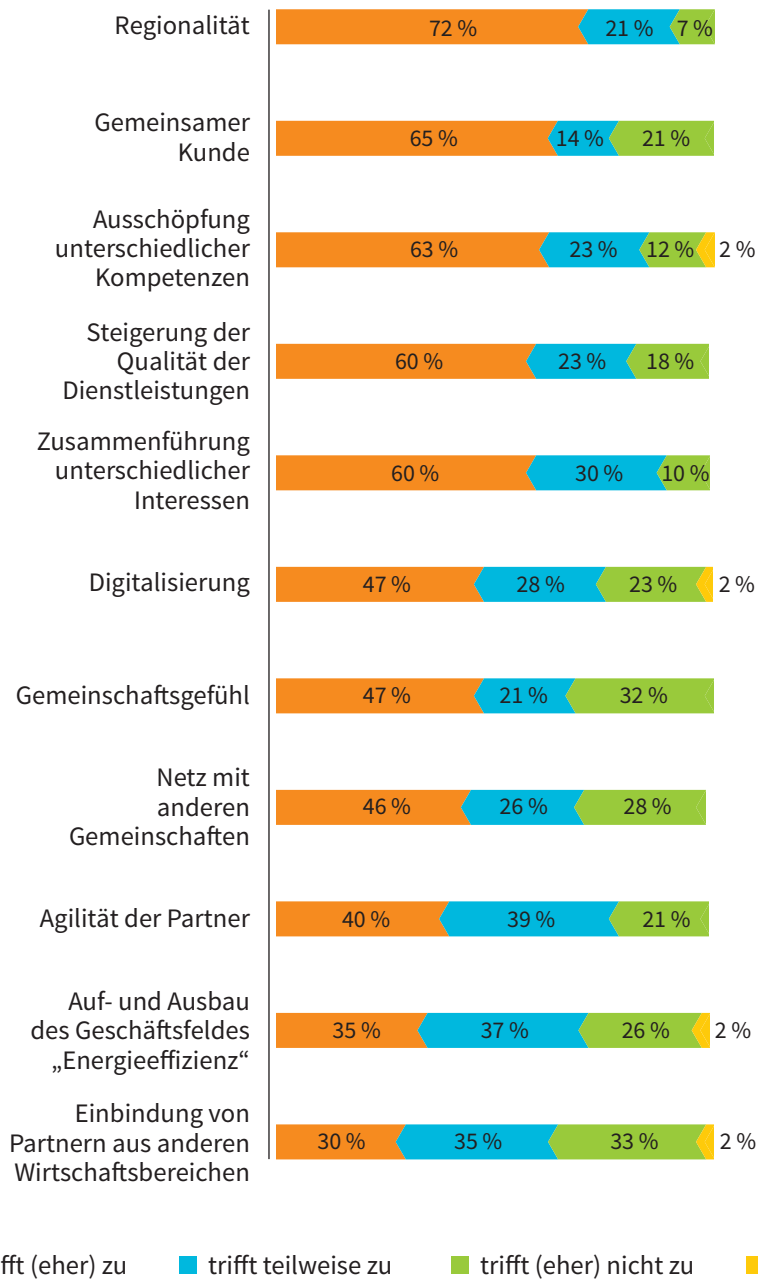
- 1) BHKW
- 2) PV
- 3) Energiespeicher/Eigenstrom
- 4) Lösungen im Verkehrssektor, E-Mobilität
- 5) Messwesen

In Vorbereitung befindliche bzw. geplante Themen sind insbesondere Projekte in den Bereichen **Messwesen, Smart Home und Smart City**.

Die befragten Unternehmen gaben an, dass auch folgende Themen für ihre Energiegemeinschaft relevant seien:

- › Marktkommunikation
- › Fort- und Weiterbildung für das E-Handwerk
- › IT-Dienste
- › Abrechnungsdienstleistungen

Wo sehen Sie den Fokus bzw. den Vorteil Ihrer Energiegemeinschaft?



Ergebnis der Auswertung:

Besonders im Fokus stehen **Regionalität** und die Ansprache **gemeinsamer Kunden**.

Auch das Ausschöpfen unterschiedlicher Kompetenzen, das Zusammenführen unterschiedlicher Interessen und die Steigerung der Qualität der angebotenen Dienstleistungen stehen im Fokus der Energiegemeinschaften.

Wo sehen Sie große bis mittlere Herausforderungen bei der Organisation und dem Management Ihrer Energiegemeinschaft?

Strategische Aufgaben:

Herausarbeitung der Gemeinsamkeit, die Abstimmung der gemeinsamen Ziele, die Zusammenführung der unterschiedlichen Kompetenzen der Partner etc.

Klassische Verwaltungs- und Organisationsaufgaben:

Mitgliederverwaltung, Verwaltung der Beiträge, Vorbereitung von Sitzungen der Gremien etc.

Gewichtung und Beispiele der Herausforderungen:

60 %

Klassische Verwaltungs- und Organisationsaufgaben:

- › Budget
- › Steuern- und Kartellrecht, DSGVO, Compliance
- › Abrechnungssoftware, Messwesen

80 %

Strategische Aufgaben:

- › Effizienzsteigerung der Zusammenarbeit
- › Vertrauensbasis schaffen

Weitere Herausforderungen:

- › Organisation gewerkeübergreifender Aktivitäten
- › Aufrechterhaltung einer „Offline“-Kommunikation trotz Pandemie und Digitalisierung

Ergebnis der Auswertung:

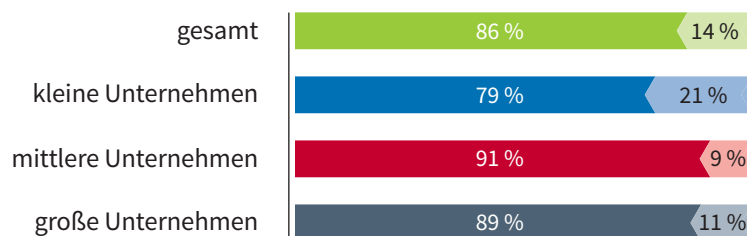
Die Herausforderungen von Energiegemeinschaften liegen bei den befragten Unternehmen stärker in der Bewältigung strategischer Aufgaben als in den klassischen Verwaltungs- und Organisationsaufgaben.

Als Beispiel für eine große bis mittlere Herausforderung wurde mehrfach die fortschreitende **Digitalisierung** genannt. Auch in der **Vernetzung und der Akquise von Marktpartnern** stehen die befragten Unternehmen vor Herausforderungen.

Kooperation durch Einbindung von Marktpartnern in Produkte

Ein Großteil der befragten Energieunternehmen, die Marktpartnerschaften pflegen, kooperieren durch die **Einbindung ihrer Marktpartner in Energiedienstleistungsprodukte**.

Findet eine unmittelbare Einbindung der Marktpartner im Rahmen von Energiedienstleistungsprodukten statt?



Ja. Aufgaben wie Planung, Installation, Inbetriebnahme, Wartung etc. übertragen wir auf Partnerunternehmen.

Nein. Die Einbindung unserer Marktpartner in unsere Produkte erfolgt anderweitig.

Ergebnis der Auswertung:

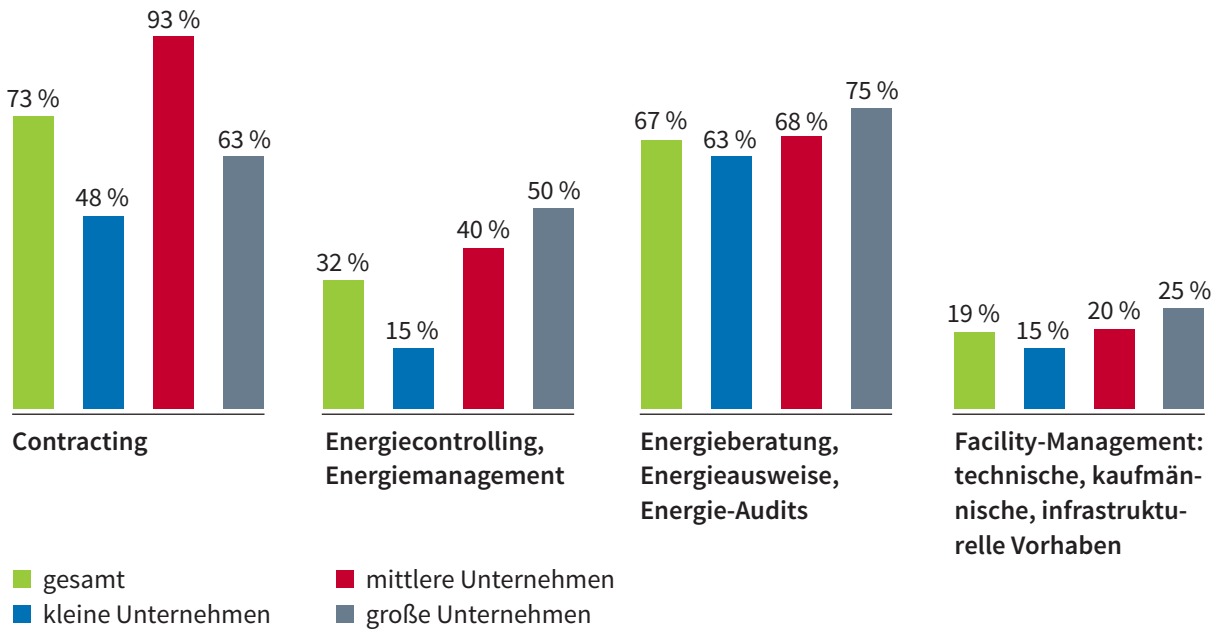
Insgesamt **86 %** der befragten Unternehmen, die Marktpartner in ihre Produkte einbinden, machen das im Rahmen von **Energiedienstleistungen**. Diese Art der Kooperation ist bei mittleren und großen Unternehmen häufiger vertreten als bei kleinen Unternehmen. Kleine Unternehmen binden ihre Partner hingegen oft anderweitig produktspezifisch und in losen Kooperationen in ihre Aktivitäten ein.

Folgende Beispiele für anderweitige Einbindungen wurden genannt:

Kooperation mit einem ortsansässigen Autohaus: Der Kunde sucht sich auf der Internetseite ein Fahrzeug und eine passende Ladebox aus. Die Installation der Ladebox erfolgt durch das Partnerunternehmen (Elektroinstallateur). Das Energieunternehmen hilft bei der Beantragung von Förderungen und berät den Kunden zu einer möglichen Kombinierbarkeit mit einer PV-Anlage.

Fahrradverleih: Das Energieunternehmen leiht sich E-Bikes von einem regionalen Fahrradhändler und verleiht diese weiter an Kunden.

Um welche Dienstleistungen handelt es sich?



Ergebnis der Auswertung:

Unter den Dienstleistungen, die in Kooperation mit Marktpartnern angeboten werden, ist **Contracting** am weitesten verbreitet. Besonders die mittleren Unternehmen, die sich an der Erhebung beteiligt haben, kooperieren häufig im Rahmen von gemeinsamen Contracting-Produkten mit Marktpartnern.

Große, mittlere und kleine Unternehmen binden ihre Marktpartner hingegen besonders oft in Dienstleistungen wie Energieberatung, Energieausweise und Energie-Audits ein.

25 % der Unternehmen gaben an, sonstige, bisher nicht genannte Dienstleistungen im Rahmen ihrer Marktpartnerschaft anzubieten. Dabei wurden oft **Elektromobilitätslösungen bzw. das Errichten von Wallboxen, der Vertrieb von Anlagen, insbesondere PV-Anlagen und technische Dienstleistungen** genannt.

Weitere genannte Beispiele sind:

- › Messstellenbetrieb
- › Nebenkosten- und Heizkostenabrechnung
- › Mieterstromprojekte
- › Energiedatenmanagement
- › Fernwärmeanschluss (Einbau der Übergabestationen)
- › Energiebeschaffung
- › Building Services
- › Technische Betriebsführung

Welche Contracting-Modelle bieten Sie an?

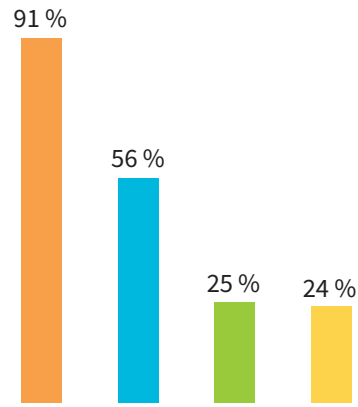
Energieliefer-Contracting/Anlagen-Contracting:

Der Contractor übernimmt die Planung, Finanzierung, den Bau und den Betrieb einer Anlage zur Bereitstellung von Energie. Vertragsgegenstand ist dabei die Lieferung von Energie.

Betriebsführungs-Contracting: Der Contractor übernimmt eine vorhandene Anlage und optimiert sie. Die Energieanlage befindet sich weiterhin im Eigentum des Contracting-Nehmers und wird von diesem finanziert.

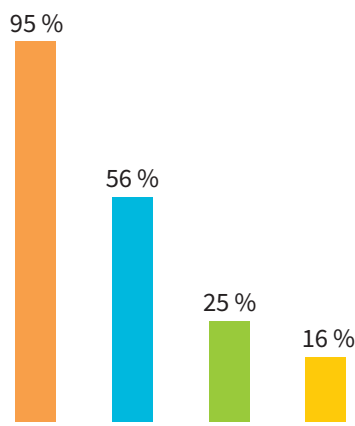
Finanzierungs-Contracting: Der Contractor übernimmt die Planung, Finanzierung und Errichtung der Anlage. Die Betriebsverantwortung verbleibt beim Contracting-Nehmer. Die Tilgung der Anlagenkosten erfolgt über die vereinbarte Vertragslaufzeit.

Energiespar-Contracting: Der Contractor übernimmt die Planung, Finanzierung, Umsetzung und Betreuung von Energiesparmaßnahmen. Vertragsgegenstand ist dabei eine durch den Contractor garantierte Energiekosteneinsparung.



- Energieliefer-Contracting/Anlagen-Contracting
- Betriebsführungs-Contracting
- Finanzierungs-Contracting
- Energiespar-Contracting

Welche technischen Lösungen bieten Sie im Rahmen des Contracting an?



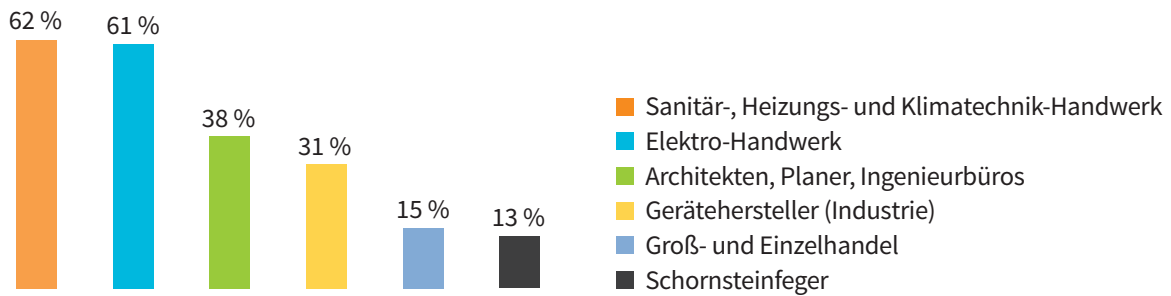
- Wärmeanlagen
- Beleuchtung
- PV-Anlagen
- sonstige

Ergebnis der Auswertung:

Unter den Contracting-Modellen, die in Kooperation mit Marktpartnern angeboten werden, ist das **Energielieferungs- bzw. Anlagen-Contracting** mit **91 %** das am weitesten verbreitete Contracting-Modell. Dabei sind **Wärmeanlagen** mit **95 %** die mit Abstand am häufigsten im Rahmen von Contracting vermarktete technische Lösung.

16 % der Unternehmen gaben an, weitere nicht abgefragte technische Lösungen im Rahmen von Contracting anzubieten. Der Vertrieb von **Ladesäulen** wurde dabei mehrfach als Beispiel genannt. **Kältemaschinen** und **Windkraftanlagen** wurden in diesem Zusammenhang ebenfalls angegeben.

Wer sind Ihre Partner für Ihr Dienstleistungsangebot?



An wen richtet sich Ihr Dienstleistungsangebot?



Ergebnis der Auswertung:

Für die Bereitstellung eines Dienstleistungsangebotes gehen knapp **zwei Drittel** der Energieunternehmen, die mit ihren Marktpartnern Contracting-Lösungen anbieten, Partnerschaften mit dem **Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik- und dem Elektro-Handwerk** ein. Circa jeweils ein Drittel kooperiert dazu auch mit Architekten, Planern und Ingenieurbüros sowie der geräteherstellenden Industrie.

Als weitere Partner für ihr Dienstleistungsangebot nannten Unternehmen auch **Infrastrukturdienstleister**, den **TÜV** und **Messstellendienstleister**. Unter „sonstige Handwerker“ wurden **Solarteure** und **Tiefbauer** genannt.

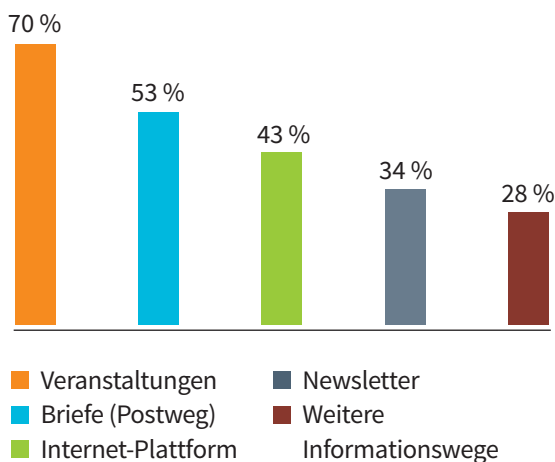
Die angebotenen Dienstleistungen kommen gleichermaßen bei Industrie- und Gewerbetreibenden, in Wohngebäuden und Kommunen zum Einsatz.

Als weitere Einsatzbereiche wurden u. a. **Kirchen** und die **Wohnungswirtschaft** genannt.

Kooperation durch Informationsweitergabe an Marktpartner

43 % der befragten Energieunternehmen, die Marktpartnerschaften pflegen, kooperieren durch die Weitergabe von Informationen an Marktpartner.

Die Information unserer Partnerbetriebe erfolgt im Wesentlichen über:



Ergebnis der Auswertung:

Veranstaltungen sind in der Marktpartnerarbeit im Schnitt der am weitesten verbreitete Kanal, um Informationen an Marktpartner weiterzugeben. An zweiter Stelle steht der Versand von Briefen auf dem Postweg.

Als Beispiele für weitere Informationswege wurden **E-Mails, Telefonate** und der **persönliche Kontakt** genannt.

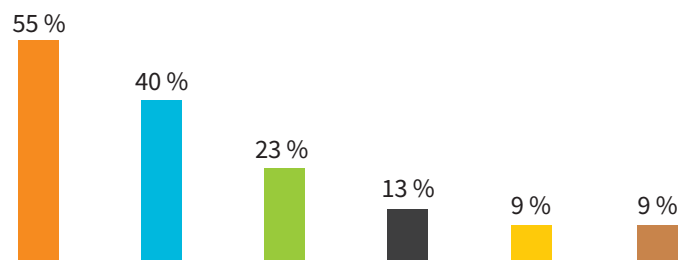
Ergebnis der Auswertung:

Die befragten Unternehmen kooperieren häufig mit dem **SHK- und dem Elektro-Handwerk** im Rahmen einer informativen Partnerschaft oder empfehlen Betriebe dieser Branchen an Kunden.

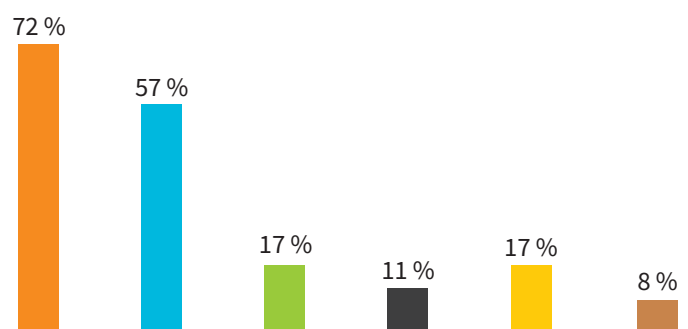
Im Rahmen der Informationsweitergabe werden zu Planern, Architekten, Industrie, Groß- und Einzelhandelsunternehmen sowie Schornsteinfegern hingegen deutlich seltener Empfehlungen abgegeben.

- Sanitär, Heizungs- und Klimatechnik
- Elektro-Handwerke
- Architekten, Planer und Ingenieurbüros
- Schornsteinfeger
- Gerätehersteller (Industrie)
- Groß- und Einzelhandelsunternehmen

Folgende Branchen informieren wir regelmäßig:



Unseren Kunden empfehlen wir Partnerbetriebe aus folgenden Bereichen:



Keine oder sonstige Kooperationsformen

30 % der befragten Energieunternehmen, die sich an der Erhebung beteiligten, gaben an, dass keine der genannten Kooperationsformen auf sie zutrifft (s. Seite 5).

Einige wenige haben angegeben, dass sie dennoch Kooperationen pflegen, die über das Installateurverzeichnis hinausgehen.

Beispiele hierfür sind:

- › Zusammenarbeit mit der Gemeinschaft für Energieberater eines Landkreises (Bsp.: kostenlose Energieberatungen für Kunden (Erstberatung))
- › Austausch über eine lokale Plattform (Werbegemeinschaft)

13 % der Unternehmen, auf die keine der genannten Kooperationsformen zutrifft, haben weiter angegeben, dass sie in Zukunft eine Kooperation planen.

Beispiele hierfür sind:

- › Kooperation mit regionalen Partnern in den Bereichen Erneuerbare Energien (Planung, Umsetzung, Contracting)
- › Kooperation im Rahmen von Energiedienstleistungen (Energieeffizienz, Auditierung)
- › Weiteres Einbinden von Marktpartnern über ein gemeinsames Internet-Portal
- › Kooperation mit Autohäusern, um das E-Mobilitäts-Geschäft auszuweiten
- › Kooperation mit einer Energiegenossenschaft

Diejenigen Unternehmen, die keine über das Installateurverzeichnis hinausgehenden Marktpartnerschaften pflegen und/oder angegeben haben, auch zukünftig keine Ausweitung der Kooperation mit Marktpartnern zu planen, wurden gebeten, ihre Gründe darzulegen.

Neben **fehlendem Bedarf bzw. fehlender Notwendigkeit** haben auch einige Unternehmen angegeben, dass sie aufgrund **fehlender Kapazitäten** und einem **zu hohen Aufwand** keine Marktpartnerschaften pflegen. Als weiteren Grund wurde das fehlende Interesse der lokalen Handwerker genannt.



Unser Angebot für Ihre Marktpartnerschaft

In Zusammenarbeit mit dem BDEW richtet sich die HEA mit einem breiten Informationsangebot an die in Deutschland aktiven Marktpartnerschaften bzw. Energiegemeinschaften.

Sie betreut folgende Marktpartnerinitiativen:

Die Initiative ELEKTRO+

Die Initiative ist ein Zusammenschluss führender Markenhersteller und Verbände der Elektrobranche. Ziel ist es, gemeinsame Aufklärungsarbeit über eine moderne, energieeffiziente und sichere Elektroinstallation zu leisten. Mit ihrem Know-how platziert die Initiative ihre Themen zentral bei Bauherren und Modernisierern, im Fachhandwerk sowie bei Architekten und Planern.

www.elektro-plus.com

Die Initiative WÄRME+

Die Initiative informiert und berät Bauherren gezielt über intelligente und energieeffiziente Hauswärmetechnik und bietet ihm innovative Systemlösungen mit den Schwerpunkten Energieeffizienz, Umweltfreundlichkeit, Wohnkomfort, Wirtschaftlichkeit und Werthaltigkeit.

www.waerme-plus.de

Die Initiative HAUSGERÄTE+

Die Initiative informiert umfassend über Energieeffizienz im Haushalt und motiviert Verbraucher zum Austausch technisch veralteter Haushaltsgeräte durch energieeffiziente und komfortable Neugeräte.

www.hausgeraete-plus.de

Mit dem Online-Magazin IMPULSE liefert die HEA interessierten Mitgliedsunternehmen und Marktpartnern aktuelle Brancheninformationen. In mehreren Ausgaben pro Jahr werden Beiträge zu den Themenschwerpunkten Elektroinstallation, Gebäudesystemtechnik, Haushaltsgeräte sowie Heizungs- und Lüftungstechnik veröffentlicht. Mitgliedsunternehmen können außerdem auf Produkte, Dienstleistungen bzw. auf eigene Veranstaltungen, Messebeteiligungen und Events hinweisen.

www.hea.de/impulse

Einmal jährlich im Herbst findet die HEA-Tagung statt. Dort werden politische Rahmenseetzungen, technische Lösungen und gemeinsame Geschäftsfelder der Marktpartner aus Energiewirtschaft, Industrie und Handwerk in den Fokus gerückt. Namhafte Expertinnen und Experten aus Politik und Wirtschaft versprechen spannende Diskussionen und greifen Ihre Fragen auf.

www.hea.de/veranstaltungen

Ein großes Angebot an kundenorientierten Informationen rund um Energieanwendungen bietet der HEA-Shop. Dort können Sie unsere Broschüren in einer Printversion und ab einer bestimmten Abnahmemenge auch in einer individualisierten Version bestellen.

www.hea.de/shop

Weitere Informationen veröffentlicht die HEA über folgende Webseiten:

www.hea.de
www.ganz-einfach-energiesparen.de
www.energieeffizienz-gefällt-mir.info/

Haben Sie ein konkretes Anliegen? Sprechen Sie uns einfach an!

info@hea.de
 +49 (0)30 300 199-0

Herausgeber

BDEW Bundesverband der
Energie- und Wasserwirtschaft e. V.
www.bdew.de

HEA – Fachgemeinschaft für effiziente
Energieanwendung e.V.
Reinhardtstraße 32
10117 Berlin

Redaktion und Ansprechpartner

HEA – Fachgemeinschaft für effiziente
Energieanwendung e. V.
Telefon: 030 300199-0
E-Mail: info@hea.de

Layout und Satz

pinx.design
www.pinx.design

Stand: Juli 2021