

Grundkonzept der Vorlesungsreihe

Fallstudien zur Energiebeschaffung – Strom und Gaswirtschaft (1/2)

1. Bedeutung der Energiebeschaffung für den Unternehmenserfolg

- 1.1. Energiebeschaffung vor der Liberalisierung**
- 1.2. Energiebeschaffung nach der Liberalisierung**
- 1.3. Energiebeschaffung als strategischer Erfolgsfaktor für Energieversorger**
- 1.4. Energiebeschaffung als strategischer Erfolgsfaktor für Kundenunternehmen**
- 1.5. Megatrends in der Energiebeschaffung**
- 1.6. Praxisbeispiele**

2. Grundlagen der Energiebeschaffung

- 2.1. Großhandelsmärkte für Energie**
- 2.2. Risiken der Energiebeschaffung**
- 2.3. Grundlagen des Risiko- und Portfoliomanagements**
- 2.4. Energiebeschaffungsmodelle für Energieversorger**
- 2.5. Energiebeschaffungsmodelle für Kundenunternehmen**
- 2.6. Ausblick auf die Entwicklung von Energiebeschaffungsstrategien**
- 2.7. Praxisbeispiele**

Grundkonzept der Vorlesungsreihe

Fallstudien zur Energiebeschaffung – Strom und Gaswirtschaft (3/4)

3. Organisation der Energiebeschaffung

- 3.1. Funktionskette Beschaffung – Vertrieb**
- 3.2. Organisationskonzepte für Handelseinheiten**
- 3.3. Entscheidung „Make or Buy“**
- 3.4. Organisation der Energiebeschaffung aus Kundensicht**
- 3.5. Praxisbeispiele**

4. Grundlagen der Angebotskalkulation

- 4.1. Komponenten der Angebotskalkulation**
- 4.2. Risikobepreisung**
- 4.3. Zusammenspiel von Angebotskalkulation und Vertriebsstrategie**
- 4.4. Praxisbeispiele**

Grundkonzept der Vorlesungsreihe

Fallstudien zur Energiebeschaffung – Strom und Gaswirtschaft (5/6/7)

5. Vertriebsstrategie

- 5.1. Energievertrieb und Liberalisierung**
- 5.2. Segmentierungsstrategien**
- 5.3. Pricingstrategien**
- 5.4. Vertriebsmodelle und Energiewende**
- 5.5. Praxisbeispiele**

6. Wahlthemen – und / oder

- 6.1. Einführung in Tradingstrategien – Einführung in die technische und fundamentale Marktanalyse**
- 6.2. Neue Geschäftsmodelle im Vertrieb „The New Upstream Business“**

7. Wiederholung der Inhalte anhand von Praxisbeispielen

Dimensionen des Energiehandels bzw. der Energiebeschaffung

Energiehandel

Großhandel

- Energiehandelsunternehmen
- Maximierung Handelsmarge
 - Beschaffungs- und Absatzoptimierung
 - Erzielen von Tradinggewinnen (Proprietärer Handel)

Einzelhandel

„Weiterverteilungshandel“

- Vertrieb / Weiterverteilung
- Energieeinkauf / Kunden
- Gewinn bzw. Deckungsbeitragsoptimierung
- Kostenoptimierung

Die Wertschöpfungskette der Energiebeschaffung

Energiebeschaffung Großhandel

- Tradingexpertise
- Marktzugang
- Bereitstellung von Marktanalysen
- Ggfs. Kapazitätsvermarktung
- Erzielen von Handelsgewinnen

- ✓ Beschaffungsmanagement
- ✓ Portfoliomanagement
- ✓ Produktentwicklung
- ✓ Beschaffungsempfehlungen

Vertrieb

- Margenstabilität (absolut / spezifisch)
- Umsetzung Vertriebsstrategie
- Differenzierung vom Wettbewerb
- Wettbewerbsfähige Preise
- Wettbewerbsfähige Risikobepreisung
- Marktnahe Beschaffung
- Flexibilität
- Schnelle Rückmeldefristen

Energiebeschaffung Kundenunternehmen

- Preisoptimierung
- Budgetsicherheit
- Preistransparenz
- Flexibilität
- Individuelle Chancen-Risikobalance
- Angemessener Aufwand
- Reporting
- Marktinformationen
- Produktberatung
- Ggf. direkter Marktzugang

Wettbewerb/Markt

Verzahnung Vertriebs- und Beschaffungsstrategien
als Wettbewerbsfaktor



Anforderungen / Ziele