MULTIPLIKATOREN-VERTRIEB

Wie Stadtwerke und EVU mit lokalen Partnern systematisch neue Kunden gewinnen

Webinar Executive Summary

19.11.2025, 11:00
Virtueller Raum

Einleitung: Warum jetzt?

Der Energiemarkt befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Stadtwerke und Energieversorger sehen sich mit sinkender Kundenbindung, steigendem Preisdruck und wachsendem Wettbewerb durch überregionale Anbieter und Vergleichsportale konfrontiert. In dieser Situation braucht es neue, praxisnahe Vertriebskonzepte, die auf Nähe, Vertrauen und Effizienz setzen: wie der Multiplikatorenvertrieb. Das Webinar vom 19. November 2025 zeigte anhand konkreter Zahlen, Praxisbeispiele und Systematik, wie Stadtwerke dieses Modell erfolgreich einsetzen können.

Inhalt

Einleitung 2
Grundlagen und Marktpotenzial 3
Wirtschaftlichkeit und Performance-Vorteile 4
Erfolgsfaktoren und Systematik 5
Typische Hürden und wie man sie überwindet 6
KPIs aus Studien: Orientierung für Erfolgsmessung 7
Implementierung: Phasenmodell für Stadtwerke 8
Fazit und Einladung 9

Grundlagen und Marktpotenzial

Multiplikatorenvertrieb bezeichnet die systematische Einbindung von regionalen Partnern, etwa Hausverwaltungen, Handwerksbetrieben, Vereinen oder Einzelhändlern, in die Kundengewinnung. Diese Partner verfügen über bestehende Kundenkontakte und ein Vertrauensverhältnis in ihrer Zielgruppe. Dieses Vertrauen lässt sich in echten Vertriebserfolg übersetzen. Dabei geht es nicht um Zufall oder Einzelmaßnahmen, sondern um einen strukturierten, skalierbaren Vertriebsweg.

Die Zahlen sprechen für sich: In Deutschland existieren allein rund 31.500 Hausverwaltungen, 49.000 Handwerksbetriebe, 65.000 Autohäuser, 16.000 Restaurants, dazu Fitnessstudios, Tankstellen, Vereine oder Immobilienmakler. Insgesamt ergibt sich ein Marktpotenzial von über 11 Millionen möglichen Abschlüssen pro Jahr, häufig völlig ungenutzt.

Wirtschaftlichkeit und Performance-Vorteile

Ein wesentlicher Vorteil liegt in der deutlich besseren Wirtschaftlichkeit: Der Customer Acquisition Cost (CAC) über Multiplikatoren liegt im Schnitt bei guter Planung bei unter 150,- Euro, während andere Vertriebskanäle wie Direktvertrieb, Telesales oder Strukturvertrieb deutlich darüber liegen können. Gleichzeitig kann mit Multiplikatorenvertrieb ein höherer Costumer Livetime Value (CLV) erzeugt werden, da Weiterempfehlungen stärker wirken als direkt akquirierte Kunden.

Diese Kundenbindung ist kein Zufall: 81 % der emotional gebundenen Kunden empfehlen aktiv weiter. Vertrauen wird über Emotionen geschaffen, und Multiplikatoren agieren als „vertrauenswürdige Übersetzer" für technische Produkte. Besonders die Gen Z reagiert laut aktueller Studien deutlich stärker auf persönliche Empfehlungen als auf klassische Werbung

Beispiele und bewährte Modelle

Das Webinar zeigte, dass Multiplikatorenvertrieb in der Praxis längst funktioniert.

- Die **EWS Schönau** baute aus einem Grassroots-Projekt über 220.000 Kundenbeziehungen auf.
- Über die **Handwerkskammer-Netzwerke** werden Energieeffizienzmaßnahmen effektiv über Handwerksbetriebe kommuniziert.
- Der **Ampere Energy Pool** beweist seit 25 Jahren, wie ein funktionierendes Partnermodell skalierbar umgesetzt werden kann

Erfolgsfaktoren und Systematik

Erfolgreicher Multiplikatorenvertrieb basiert auf klaren Strukturen. Die 12 Schritte eines professionellen Partnerprozesses, von der Segmentierung über Qualifizierung bis zur Bindung, zeigen, dass Multiplikatoren wie Vertriebspartner behandelt werden müssen: mit Onboarding, Vertragsstruktur, Leistungsvereinbarungen und KPIs.

Ein besonders eindrücklicher Punkt aus dem Webinar: 80 % des Erfolgs stammen oft von nur 20 % der Partner. Wer also 50 Partner aktiviert, wird feststellen, dass die fünf stärksten davon fast die Hälfte aller Abschlüsse generieren. Das unterstreicht die Bedeutung von Selektion, Betreuung und Performance-Transparenz

Typische Hürden und wie man sie überwindet

Zu schnelle Erwartungshaltung, mangelnde Datenqualität, fehlende Betreuung oder unklare Anreizsysteme, das sind laut Teilnehmern und Analyse häufige Gründe, warum Multiplikatorenprogramme ins Stocken geraten. Im Webinar wurde klar, dass besonders Support & Enablement, Anspracheverhalten und KPI-Transparenz entscheidend sind. Mit klarer Pilotstruktur, aktiver Begleitung und realistischer Planung lassen sich diese Risiken deutlich reduzieren

KPIs und Steuerung

Zur Erfolgsmessung wurden im Webinar Kennzahlen vorgestellt, die aus verschiedenen Branchenstudien abgeleitet wurden und sich als Benchmark etabliert haben. Dazu gehören strategische Größen wie Umsatzwachstum, Return on Investment (ROI) oder die Anzahl aktiver Multiplikatoren. Im operativen Bereich sind Kennzahlen wie Kontaktquote (Ziel >60 %), Abschlussquote (Ziel >85 %) oder Churnrate (<10 %) entscheidend, ebenso wie schnelle Support-Reaktionszeiten (<24h). Diese KPIs helfen dabei, Programme realistisch zu bewerten, Schwachstellen zu identifizieren und gezielt zu optimieren

Implementierung: Phasenmodell für Stadtwerke

Die Roadmap des Webinars gliederte sich in vier Phasen:

1. **Analyse & Strategie (Woche 1–4):** Zielgruppen, Potenzial, Partnerprofile
2. **Pilotphase (Woche 5–12):** Auswahl von 5–10 Partnern, intensive Begleitung, Feedback-Schleifen
3. **Optimierung (Woche 13–20):** KPI-Messung, Lessons Learned, Anpassung
4. **Skalierung (ab Woche 21):** Ausbau auf 25–50 Partner, Automatisierung, Reporting Dieses strukturierte Vorgehen wurde von mehreren Stadtwerken bereits erfolgreich getestet

FAZIT UND EINLADUNG

Der Multiplikatorenvertrieb bietet Stadtwerken einen strategischen Hebel, um effizient, lokal und skalierbar neue Kundenzugänge zu erschließen, bei gleichzeitig gestärkter Kundenbindung und Differenzierung vom Wettbewerb. Vertrauen, Regionalität und Digitalisierung greifen hier optimal ineinander.

Mehr Infos unter
www.eclou.net/multiplikatorenvertrieb oder kontaktieren Sie uns direkt für einen persönlichen Austausch oder ein individuelles Pilotprojekt.

ECLOU GMBH

Unsere Standorte:
Am Schlehdorn 5-7, 50189 Elsdorf
Severinstraße 10-12, 50678 Köln

Telefon: +49 (0)2271 50 595 60
E-Mail: willkommen@eclou.net