

Marketing für ein austauschbares Produkt

Die Stadtwerke Göttingen wollen mehr Stromkunden gewinnen, obwohl sie nicht der günstigste Anbieter sind

GÖTTINGEN. Grundversorger im Strombereich wollen die Stadtwerke Göttingen bis Mitte 2018 in Südniedersachsens Oberzentrum werden. Das berichtete Firmensprecherin Claudia Weitemeyer am Dienstag bei einer Veranstaltung des Marketing Clubs Göttingen.

28 000 Nutzer erhöhen.

„Wir wollen das mit der Betonung unserer regionalen Verwurzelung erreichen“, führte Weitemeyer aus. Das 1861 gegründete, städtische Unternehmen stehe für Verlässlichkeit und Seriosität.



C. Weitemeyer

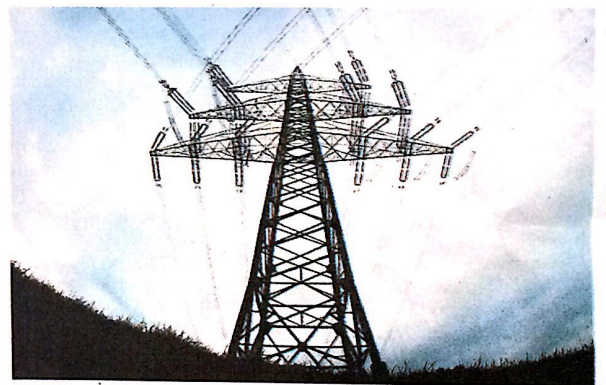
Die Stadtwerke engagierten sich vor Ort sozial, sponserten die Kinder- und Jugendarbeit, den Sport und die Kultur. Das würden ihre Firma derzeit verstärkt über soziale Netzwerke kommunizieren. Auf Facebook habe der Energieanbieter

bereits 1500 Freunde. Ein Blog sei in Planung. Zudem zähle das Unternehmen, das seit 2013 den zu 100 Prozent ökologisch produzierten Gö-Strom anbiete, in Göttingen zu den Treibern der Energiewende. Um damit bei umweltbewussten Studierenden zu punkten, müssten die Stadtwerke allerdings ihren Internetauftritt erheblich verbessern, räumte Weitemeyer ein. Bisher sei es nicht möglich, online zu den Stadtwerken zu wechseln. Das solle mit der neuen Homepage bis Sommer 2017 anders werden.

„Wir sind nicht die günstigsten Anbieter“, betonte die Marketingchefin. Strom sei ein austauschbares Produkt. Die Stadtwerke versuchten

sich auf dem 1998 liberalisierten Energiemarkt durch die beschriebene, emotionale Aufladung der eigenen Mar-

ke zu behaupten. Das gelte auch für ein anderes wichtiges Produkt des Unternehmens, das Gas.



1100 Stromanbieter werben in Deutschland um Kunden.

DPA

