

1	Head of Strategy & Business Development	1
2	Status quo und Herausforderungen der Geschäftsfelder und Geschäftsstrukturen	3
2.1	Übergreifende Tätigkeiten und Herausforderungen	6
2.2	1. Säule: Energieerzeugung & Handel	9
2.2.1	Konventionelle Erzeugung	11
2.2.2	Erneuerbare Energien	12
2.2.3	Handel	15
2.3	2. Säule: Regulierte Geschäft	17
2.3.1	Stromnetze	17
2.3.2	Gasnetze	20
2.3.3	Wassernetze	21
2.4	3. Säule: Kundennahe Lösungen	25
2.4.1	B2C- und B2B-Commodity-Vertrieb	26
2.4.2	Contracting/Wärme- & Energielösungen	28
2.4.3	Breitband- & Telekommunikationsgeschäft	30
2.4.4	Ladeinfrastruktur	34
2.4.5	Wohnungsbau & Parkraummanagement	35
2.5	4. Säule: Aufgaben der kommunalen Daseinsvorsorge	37
2.5.1	Öffentlicher Nahverkehr	37
2.5.2	Tourismus- & Freizeiteinrichtungen	39
2.5.3	Weitere kommunale Aufgaben	41
2.6	Kultur und Selbstverständnis	42
3	Grundlegende strategische Positionierungen und deren Bewertung	45
3.1	Stadtwerke-Strategien in Praxis und Literatur	45
3.1.1	Strategische Positionierungen in den Geschäftsberichten	46
3.1.2	Studien und Untersuchungen zu Stadtwerke-Strategien	49
3.1.3	Zusammenfassung veröffentlichter Stadtwerke-Strategien	56

3.2	Das Drei-Akteurs-Konzept	56
3.2.1	Positionierung als Generalist	60
3.2.2	Positionierung als Koordinator.	62
3.2.3	Positionierung als Spezialist.	64
3.2.4	Bewertung der Positionierungsmöglichkeiten	66
3.3	Vergleichende Einordnung des Drei-Akteurs-Konzeptes	67
4	Zusammenfassung.	71
	Literatur.	73
	Stichwortverzeichnis.	95