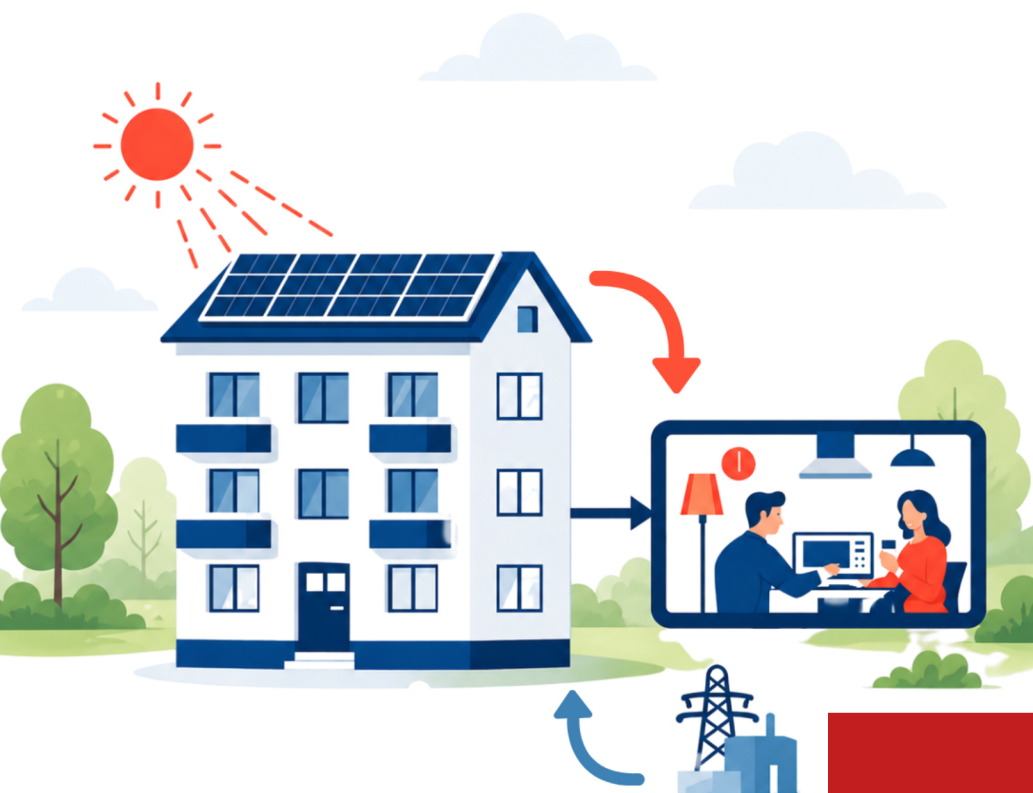




**BLAUPAUSE
MIETERSTROM** +

GP+S Viewpoint

**VOM SONDERPROJEKT ZUM
SKALIERBAREN GESCHÄFTSMODELL**

„WHY NOW?“ UND WARUM VIELE TROTZDEM NICHT SKALIEREN

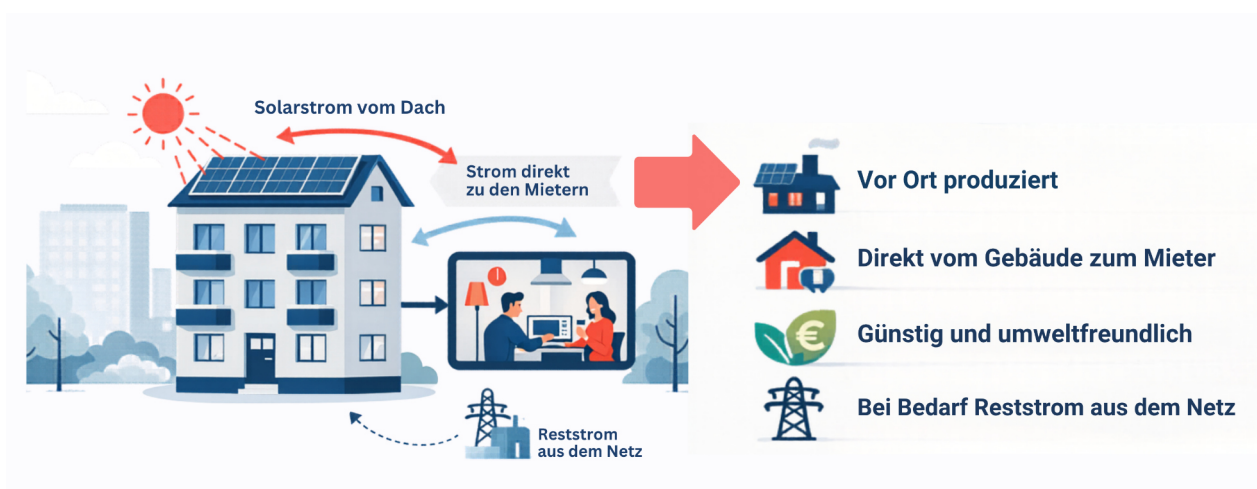
Mieterstrom wird im Markt seit Jahren bei Energieversorgern und vor allem größeren Stadtwerken in Ballungsräumen als Wachstumschance gehandelt. In der Praxis zeigt sich jedoch ein wiederkehrendes Muster: Es entstehen Einzelprojekte, Pilotierungen und Insellösungen, aber selten ein profitables, wiederholbares Geschäft in der Breite. Dieses Muster steht im Widerspruch zur aktuell erkennbaren Marktdynamik: Die Nachfrage- und Relevanzseite entwickelt sich positiv, während sich die Anbieterlandschaft zunehmend über Skalierungsfähigkeit differenziert.

Für die Wohnungswirtschaft und Projektentwickler, als wichtigste Zielgruppen der Energieversorger für Mieterstrom-Angebote, verschieben sich die Ansprüche spürbar: Gefragt ist nicht nur eine Lösung für „PV aufs Dach“, sondern eine belastbare, integrierte Lösung, die Erzeugung, Versorgung, Betrieb und Abrechnung im Immobilienkontext zusammenbringt. Idealerweise aus einer Hand. Mieterstrom wird damit weniger als klassisches Energieprodukt verstanden, sondern als immobiliennahes Geschäftsmodell, das Prozesse, Verantwortlichkeiten und Risiken über den gesamten Lebenszyklus beherrschbar macht.

WAS IST MIETERSTROM?



Mieterstrom ist ein Modell, bei dem Strom direkt am oder im Gebäude erzeugt und ohne Umweg über das öffentliche Stromnetz an die Bewohner geliefert wird. So wird z. B. der durch die auf dem Dach eines Mehrfamilienhauses installierte Photovoltaikanlage erzeugte Solarstrom direkt an die Mieter im Haus verkauft.



Parallel professionalisiert sich das Wettbewerbsumfeld. Spezialanbieter und Plattformen besetzen gezielt wertvolle Schnittstellen, etwa in Abrechnung, Messkonzepten oder operativer Umsetzung und nehmen damit jenen Teil der Wertschöpfung ein, der in der Skalierung entscheidend ist. Für Stadtwerke und EVUs ist das ambivalent: Einerseits bringen sie starke Voraussetzungen mit (Kundenzugang, energiewirtschaftliches Know-how, Systemkompetenz), andererseits reicht diese Ausgangsposition nicht aus, solange Mieterstrom im eigenen Haus nur als projektförmiges Spezialthema betrieben wird.

Der Markt belohnt zunehmend diejenigen Anbieter, die Komplexität nicht nur „lösen“, sondern standardisieren: Kürzere Time-to-Market, geringere Kosten pro Projekt, klarere Angebotslogik und eine robustere Wirtschaftlichkeit über ein Portfolio hinweg. **Damit ist der Handlungsdruck klar: Wer Mieterstrom strategisch ernst nimmt, muss ihn organisatorisch und operativ so aufstellen, dass aus Einzelfällen ein skalierbares Geschäft wird.**

WARUM MIETERSTROM SO OFT IN DER „EINZELPROJEKT-FALLE“ ENDET

Der zentrale Engpass liegt selten in der grundsätzlichen technischen Machbarkeit, sondern in Strategie, Rollenklärung und End-to-End-Fähigkeiten:

In vielen Organisationen wird Mieterstrom isoliert betrachtet, als PV- / Förderthema oder als vertriebsseitiges Zusatzangebot statt als eigenständiges, integriertes Geschäftsfeld im Immobilien- und Quartiersmarkt.

Die Folge ist eine unscharfe Positionierung: Es bleibt ungeklärt, welche Rolle man eigentlich einnehmen will und wie weit die eigene Verantwortung reichen soll. Diese Rollenfrage ist entscheidend, weil sie Fähigkeiten, Risikoübernahme und Skalierbarkeit bestimmt.

Die Bandbreite reicht von der klassischen Energieversorgerrolle (Fokus auf Lieferung / Vertrieb) über die Positionierung als Quartierspartner (breites, integriertes Leistungsversprechen) bis hin zum Betreiber- / Dienstleistermodell („Mieterstrom-as-a-Service“) mit hoher operativer Tiefe.

Ohne diese Leitentscheidung entstehen Zielkonflikte:

- 1** | Der **Vertrieb** verkauft Lösungen, die Betrieb und Abrechnung nur mit hoher Individualisierung umsetzen können; die Technik plant objektspezifisch; Recht und IT werden zu späten „Stoppere“ und jedes Projekt fühlt sich wie ein neues Sonderformat an.
- 2** | Es fehlt häufig eine standardisierte **Business Case- und Entscheidungslogik**. Wirtschaftlichkeit ist zwar das zentrale Nadelöhr „in der Breite“, wird jedoch zu oft projektindividuell bewertet, ohne konsistente Mindestkriterien, Sensitivitäten und klare Deal-Filter. Dadurch rutschen Organisationen in ein Muster, das Skalierung systematisch verhindert: Man investiert Zeit in Projekte mit strukturell schwacher Rentabilität, während gute Projekte nicht schneller werden, weil der Prozess nicht industrialisiert ist.
- 3** | **Operative Komplexitäten** (Regulatorik, Messkonzepte, Abrechnung, Prozesse) wirken als Multiplikator: Wenn diese Themen nicht in standardisierte Zielprozesse übersetzt werden, steigt der Aufwand pro Objekt und die Fehleranfälligkeit in Betrieb und Abrechnung. Genau hier entscheidet sich, ob Mieterstrom ein skalierbares Modell wird oder dauerhaft ein Experten- und Ausnahmegeschäft bleibt.

ZUSAMMENGEFASST: Die „Einzelprojekt-Falle“ entsteht aus einer Kombination von

- fehlender strategischer Positionierung im Immobilienmarkt,
- unzureichender Business Case Logik als Vertriebs- und Steuerungsinstrument und
- einem nicht End-to-End aufgesetzten Operating Model mit zu vielen ungeklärten Schnittstellen.

DIE BLAUPAUSE VOM PROJEKTGESCHÄFT ZUR „MIETERSTROM-FABRIK“

Wer Mieterstrom skalieren will, braucht ein Zielbild, das bewusst über Technik und Einzelfallumsetzung hinausgeht: Mieterstrom als End-to-End-Geschäftsmodell, das im Immobilien- / Quartiersmarkt wiederholbar angeboten, umgesetzt und betrieben werden kann. Praktisch heißt das: Standardisierung nicht als „Nice-to-have“, sondern als zentrale Wertschöpfungslogik.

Klarer strategischer Anspruch und Positionierung mit einem Mieterstromangebot im Immobilienmarkt

Am Anfang steht die klare Antwort auf die Leitfrage: Welche Rolle wollen wir mit einem Lösungsangebot für Mieterstrom im Immobilien- / Quartiersmarkt spielen? Diese Entscheidung schärft das Leistungsversprechen (z. B. integrierter Energiepartner vs. Betreiber / Dienstleister) und verhindert, dass man in einer austauschbaren Zulieferrolle endet, während Plattformen die kritischen Schnittstellen kontrollieren. Eine tragfähige Positionierung definiert zudem Grenzen: Was wird bewusst nicht angeboten? Welche Risiken übernimmt man und welche nicht?

Zielsegmente und standardisierte Angebotspakete statt individueller Projektzuschnitt

Skalierung entsteht, wenn Zielsegmente priorisiert und Angebotslogiken standardisiert werden. Das bedeutet, Pakete entlang typischer Objekt- und Kundentypen zu schneiden (z. B. Basis / Plus / Quartier) und diese Pakete so zu bauen, dass sie operativ wiederholbar sind. Der Mehrwert für Kunden liegt dann nicht nur im Strompreis, sondern in der Reduktion von Komplexität und Risiko inklusive klarer Verantwortlichkeiten über Umsetzung, Betrieb und Abrechnung.

Business Case- und Entscheidungslogik als „Motor“ des Vertriebs

Ein skalierbares Mieterstromgeschäft benötigt eine belastbare Business Case Logik, die über alle Projekte hinweg konsistent ist. Dazu gehören:

- Deal-Filter mit Mindestkriterien (damit Vertrieb und Projektteams nicht in unwirtschaftliche Setups laufen)
- Standardisierte Annahmen und Sensitivitäten je Segment
- Ein Entscheidungsprozess, der früh Klarheit schafft, statt spät zu retten

Damit wird Wirtschaftlichkeit nicht im Nachhinein erklärt, sondern bereits vorne im Funnel gesteuert und bildet die Grundlage für planbares Wachstum.

End-to-End Operating Model („Factory“-Ansatz) und Governance

Die entscheidende operative Übersetzung ist ein klar definiertes End-to-End-Setup: Rollen, Übergaben, Verantwortlichkeiten und Zielprozesse von der Akquise bis in den stabilen Betrieb. Ein „Factory“-Ansatz bedeutet dabei nicht, dass alles intern gemacht werden muss, sondern dass auch Partnerleistungen (z. B. Messkonzept / Abrechnung / Umsetzung) über klare Schnittstellen und Governance steuerbar werden. Ziel ist ein revisionssicherer, standardisierter Ablauf, weil genau hier Skalierung, Qualität und Marge entstehen.

FAZIT: Skalierung ist keine Frage einzelner Projekte, sondern des Betriebsmodells.

Mieterstrom ist eine reale Wachstumschance, aber sie wird nur dann zum nachhaltigen Geschäft, wenn Energieversorger den Sprung von der Projektlogik zur Systemlogik schaffen: Klare Rolle im Immobilienmarkt, standardisierte Angebotspakete, belastbare Business Case Steuerung und ein End-to-End-fähiges Operating Model. Gewinner im Markt werden nicht diejenigen sein, die „Mieterstrom können“, sondern diejenigen, die Mieterstrom wiederholbar und wirtschaftlich betreiben, mit der Konsequenz einer echten „Mieterstrom-Fabrik“.

DAS GP+S LEISTUNGSANGEBOT

Wir unterstützen Stadtwerke und EVUs dabei, Mieterstrom von einzelnen Pilotprojekten zu einem skalierbaren, wirtschaftlich tragfähigen End-to-End-Geschäft auszubauen. Im Mittelpunkt stehen eine klare strategische Positionierung im Immobilien- / Quartiersmarkt, eine belastbare Business Case Logik sowie ein umsetzbares Operating Model inklusive Partner-Setup und Go-to-Market.

So entsteht ein standardisiertes Angebot, das regulatorische, prozessuale und abrechnungsseitige Komplexität beherrschbar macht und dauerhaft profitabel betrieben werden kann.



MODULARES ANGEBOT: WAS GP+S KONKRET LIEFERT

Unser Beratungsangebot ist modular aufgebaut, damit Kunden dort einsteigen können, wo der Engpass liegt, ohne den Gesamtblick auf die Kundenreise und die Wertschöpfungskette zu verlieren.

BAUSTEINE ZUM AUFBAU EINER MIETERSTROM-FABRIK



MODUL 1: Schärft Strategie, Rolle und Business Case inklusive Deal-Filter.

MODUL 2: Übersetzt Zielsegmente, Customer Journey und Partnermodelle in ein tragfähiges Leistungsversprechen.

MODUL 3: Etabliert skalierbare Prozesse, Systeme und Organisation (Operating Model, Governance, KPI).

MODUL 4: Sichert Pilotierung, Roll-out und Skalierung in Richtung Standardisierung / „Factory“-Ansatz ab.

So werden aus komplexen Einzelfällen wiederholbare Angebots- und Umsetzungsmuster.

PROJEKTPHASEN: UNSER VORGEHEN VOM ZIELBILD ZUR SKALIERUNG



PHASE 1: Klärung von Reifegrad, Zielbild und Ambition sowie Übersetzung der Marktanforderungen in eine klare strategische Ausrichtung.

PHASE 2 UND 3: Sicherung der Wirtschaftlichkeit und des Produktdesigns – Erlöslogik, Business Case Modelle, Mindestkriterien sowie standardisierte Produkt- / Paketlogiken werden definiert, damit Vertrieb und Projektentwicklung systematisch entscheiden können.

PHASE 4 UND 5: Gestalten der Customer Journey und der Kooperationsmodelle sowie des End-to-End-Operating Model (Prozesse, IT / Daten, Rollen, Governance und Templates).

PHASE 6: Begleitung von Pilotierung, Roll-out und Performance-Steuerung, damit Mieterstrom stabil betrieben und schrittweise skaliert werden kann.

LASSEN SIE UNS SPRECHEN - WIR UNTERSTÜTZEN GERNE!

Wenn Sie sich in den beschriebenen Herausforderungen wiederfinden oder Mieterstrom aktuell strategisch weiterentwickeln, lohnt sich ein strukturierter, gemeinsamer Blick auf Ihr bestehendes Setup. Gerne zeigen wir Ihnen in einem ersten Gespräch auf, welche Hebel sich für eine skalierbare Umsetzung ergeben.



MANAGEMENTBERATUNG UND FREELANCE PROVIDER FÜR WACHSTUM UND TRANSFORMATION

GP+S CONSULTING GMBH

Schaberweg 28 a
61348 Bad Homburg v. d. H.
Tel.: +49 151 / 628 204 38
info@gps-consulting.com
www.gps-consulting.com



Melden Sie sich gerne zu unserem [NEWSLETTER](#) an.



Klaas Albrecht
Manager

klaas.albrecht@gps-consulting.com



Anna Jünge
Senior Consultant

anna.juenge@gps-consulting.com

