

Liebe Kundinnen und Kunden,

der Strommarkt wird auch in den kommenden Jahren starken Veränderungen unterworfen sein. Die Etablierung der neuen Regulierungsbehörde ist hier der erste wichtige Schritt hin zu fairen Marktbedingungen und zur Stärkung unserer und damit auch Ihrer Interessen. Ungeachtet der Dominanz der etablierten Versorger ist LichtBlick die große Ausnahme im Markt: Aufgrund unseres guten Angebots wächst unsere Kundenzahl kontinuierlich weiter, die magische Zahl von **100.000 Kunden** haben wir kürzlich überschritten.

Besonders stolz sind wir auch auf einen weiteren Erfolg unserer jungen Firmengeschichte: LichtBlick wurde für den **deutschen Gründerpreis** nominiert, weil „LichtBlick mit seinem einzigartigen Geschäftskonzept zum gesellschaftlichen Fortschritt in Deutschland beiträgt“, so die hochkarätig besetzte Jury.

Auch die Erwartungen von Kunden und Interessenten werden spezifischer und stellen neue Anforderungen an einen klaren Marktauftritt. Deshalb stellen wir Ihnen heute als Schwerpunkt des Newsletters unser **neues Erscheinungsbild** vor. Mit dem neuen Look, vom Logo über Broschüren bis zum Internetauftritt, schärfen wir unser Profil und schaffen die Voraussetzung, uns zukünftig optimal zu positionieren.

Wir wünschen Spaß beim Lesen des neuen Newsletters im neuen Look und bereits heute die besten Wünsche zum Jahresende!



Markenführung

Neues Design

LichtBlick präsentiert sich in neuer Optik: modern, konkret, eigenständig – Alexander Beck, Bereichsleiter Marketing, steht Rede und Antwort zum neuen Look.

Redaktion LichtBlick: „Verändere niemals das Logo“ gilt als Faustregel der Markentechnik. Jetzt haben Sie Ihren kompletten Auftritt neu gestaltet. Wie kam es dazu?

Alexander Beck: Ich halte die Regel „Never touch the logo“ für nicht mehr zeitgemäß. Die Halbwertszeit von Design ist heute kürzer als noch vor zehn Jahren. Langnese z. B. hat es vorgemacht: Solange die Werte, für die die Marke steht und ihre Wiedererkennbarkeit gesichert sind, ist eine Weiterentwicklung durchaus erlaubt. Diese Freiheit nutzten wir, um unseren Auftritt zeitgemäßer und frischer zu gestalten.

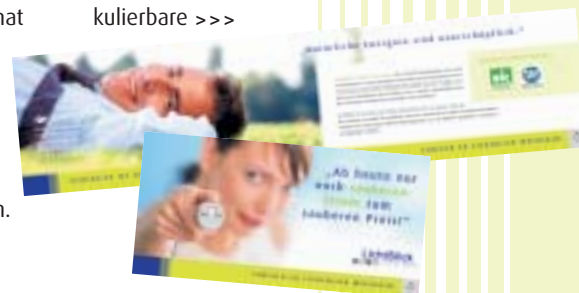
Was stimmte nicht mit dem alten LichtBlick-Look?

Fünf Jahre nach Gründung war es Zeit, unseren Auftritt grundsätzlich zu überprüfen. Die

Marktforschung bestätigte unsere Wahrnehmung: Der bisherige Look hatte eine wenig vertrauenswürdige Anmutung, die Kombination von Blau und Gelb wurde nicht mehr als zeitgemäß empfunden und vor allem unser Logo rief keine direkte Assoziation mit dem Produkt Ökostrom hervor. Unser Erscheinungsbild transportierte nicht eindeutig unser Selbstverständnis.

Fehlte es Ihnen bei der Logoentwicklung 1998 an Weitsicht?

Weitsicht kann nur dort entstehen, wo kalkulierbare >>>



Effizient und ressourcenschonend – an dem bewusst schlanken Kommunikationsbudget ändert LichtBlick auch in Zukunft nichts.



Heiko von Tschischwitz
Geschäftsführer

Wilfried Gillrath
Geschäftsführer

Foto: Ingo Röhrlein



„Unser Erscheinungsbild transportierte nicht mehr unser Selbstverständnis“, begründet Marketingmann Alexander Beck die Weiterentwicklung des LichtBlick-Designs.



Rahmenbedingungen bestehen, Erfahrungswerte vorliegen, auf denen man Prognosen aufbaut und Ergebnisse produziert. Das erfüllte der frisch liberalisierte Strommarkt nicht. Als Newcomer haben wir uns das Erscheinungsbild gegeben, das wir damals für richtig hielten. Heute sind wir als Deutschlands großer Ökostromversorger im Markt etabliert und treten selbstbewusster auf.

Dem trägt der neue Look Rechnung.

Nach welchen Kriterien wurde das neue Erscheinungsbild entwickelt?

Es sollte auf einen Blick erkennbar sein, was LichtBlick zu bieten hat. In Kombination mit dem Slogan „Strom mit Zukunft“ veranschaulicht

lichen die Piktogramme die Energiequellen Wasser, Biomasse, Wind und Sonne. Damit ist klar: Es geht um Ökostromversorgung. Unser gelernter Name stellt das nötige Vertrauen zu unserem Unternehmen her, das mit einem hochwertigen Produkt zu wettbewerbsfähigen Preisen heute ernstzunehmender Teilnehmer am Energiemarkt ist.

Bisher hat LichtBlick auf hohe Ausgaben für Kommunikation verzichtet. Jetzt leisten Sie sich einen komplett neuen Auftritt. Hat sich die Budgetpolitik geändert?

Nein. Die Marktforschung zeigte, dass eine neue Außendarstellung für unseren zukünftigen Erfolg am Markt unverzichtbar ist. Der attraktive Kommunikationsauftritt unterstützt uns bei der Betreuung unserer Kunden und der Gewinnung neuer Kunden. Je mehr Kunden wir haben, desto besser können wir im Sinne einer langfristigen, ressourcenschonenden Energieversorgung planen. Aber wir wollten den Relaunch nicht um jeden Preis. Daher haben wir uns Zeit genommen, Dienstleister zu finden, die zu LichtBlick passen: mit fairen Preisen und guten Leistungen.

Ändert sich neben dem Design auch der Inhalt der Marke LichtBlick?

Wenn Sie damit unsere Philosophie und Ziele meinen, lautet die Antwort nein. Andererseits bedeutet der Relaunch mehr als nur ein moderner Look. Wir haben den Prozess genutzt, um unsere gesamte Kommunikation zu optimieren. So werden unsere Broschüren ebenso wie der vorliegende Newsletter – alles selbstverständlich zu 100 % auf Altpapier – attraktiver in Inhalt und Aufbereitung, der Internetauftritt wird bedienerfreundlicher – ganz im Sinne einer optimalen Kundeninformation und Neukundengewinnung.

Werden wir uns nun alle fünf Jahre an einen neuen Look gewöhnen müssen?

Das ist unwahrscheinlich. LichtBlick hat heute seinen festen Platz im Markt, jedes weitere Wachstum wird problemlos von dem neuen Design getragen. Sie dürfen sich also gern an den neuen Look gewöhnen – so, wie wir es während der Entwicklungsphase auch getan haben.

Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen!



Im Oktober konnte LichtBlick den 100.000sten Kunden begrüßen. Damit setzen wir unser Wachstum gegen den Trend der Branche fort. Der Erfolg ist vor allem auch Ihr Erfolg: Unsere Kunden haben uns zu dem gemacht, was wir sind. Darum möchten wir Ihnen an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich für Ihr Vertrauen danken.

> INTERNET: www.lichtblick.de

„Helden wie wir“ Antritt beim Holstencityman

Am 6. und 7.9. stellte sich das LichtBlick-Team den Strapazen des Hamburg-Triathlon: Schwimmen in der Alster, Radeln im Freihafen, Laufen durch die City. Der Zuschauerjubiläum trug alle 13 LichtBlicker ins Ziel. „Als wir nach 0,5 km, die Harten unter uns nach 1,5 km Schwimmstrecke in der Stadt aus der Alster stiegen, wurden wir wie Helden gefeiert“, erinnert sich Till Pawlowsky. „Allein dieser Moment war die Plackerei wert“. Trotz Schwielen am Hintern und Blaualgen im Wasser: 2004 tritt das Team wieder an.

> INTERNET: www.holstencityman.de

Sind auch im nächsten Jahr wieder am Triathlon-Start: Hubert Kümek (re) und Till Pawlowsky.



Corporate Design: Für größtmögliche Wiedererkennbarkeit präsentiert sich LichtBlick über alle Medien hinweg ab sofort in neuer Optik.

Kurzmeldungen

Mit anderen ökologisch ausgerichteten Unternehmen schließt sich LichtBlick der **PowerSwitch-Initiative** an und unterstützt damit den WWF bei der Umsetzung seiner Vision einer CO₂-freien Stromversorgung bis 2050.



Let's make things better: Ab sofort versorgt LichtBlick Verwaltung und Lager der **Panasonic Marketing Europe GmbH** mit rund 1,5 Gigawattstunden sauberem Strom pro Jahr. Das entspricht dem Energiebedarf von mehr als 500 Haushalten.

Deutscher Gründerpreis

„Einzigartiges Geschäftskonzept“

Als erster Energieversorger wurde LichtBlick in diesem Jahr für den Deutschen Gründerpreis nominiert.

Er ist die höchste Auszeichnung für junge Unternehmen in Deutschland: der „Deutsche Gründerpreis“. Einmal im Jahr zeichnet die Initiative von Sparkassen, Stern, McKinsey und ZDF Existenzgründer für überragende Leistungen aus. Im Jahr 2003 stand der Startup-Wettbewerb unter dem Motto „Aufbrechen starrer Märkte“. Als einziges Unternehmen der Energiebranche wurde LichtBlick in der Kategorie „Visionär“ nominiert. „LichtBlick trägt mit seinem einzigartigen Geschäftskonzept zum gesellschaftlichen Fortschritt bei und setzt sich auf besondere Weise für die Liberalisierung der Energiemärkte ein“, begründete die, u. a. mit Stern-Chefredakteur Osterkorn und McKinsey-



In der Kategorie „Visionär“ zeichnet der Deutsche Gründerpreis Jungunternehmer aus, die ein „aktuelles, gesellschaftlich relevantes, visionäres Thema“ unternehmerisch erfolgreich umsetzen.

Chef Dr. Kluge, hochkarätig besetzte Jury ihre Wahl. LichtBlick-Geschäftsführer Heiko von Tschischwitz: „Die Nominierung ehrt uns und zeichnet die Arbeit unserer Mitarbeiter aus. Sie motiviert uns, auch weiterhin die unbequeme Position als Speerspitze des Wettbewerbs und Vordenker einer ansonsten alten Konzepten verhafteten Branche wahrzunehmen.“

> INTERNET: www.lichtblick.de

Unser neues „Kunden werben Kunden“-Programm

Neu: Profitieren mit System!

Das neue „Kunden werben Kunden“-Programm bietet freie Auswahl für Ihre Empfehlung.

Das ist Ihnen bekannt: Für jeden geworbenen Neukunden werden Sie belohnt. Das ist neu: Mussten Sie sich bisher zwischen Sachprämien und Stromguthaben entscheiden, bietet das neue „Kunden werben Kunden“-Programm Ihnen ab sofort neue Alternativen, von Ihrer Kundenwerbung zu profitieren:

Euro-Prämie: Ab sofort können Sie sich Ihre Kundenwerbung auszahlen lassen: Pro geworbenem Kunden überweisen wir Ihnen 25 Euro. Auf Wunsch verrechnen wir den Betrag auch mit Ihrer nächsten Stromrechnung. Oder Sie unterstützen mit dem Geld ein „Geo-schützten-Regenwald“-Projekt.

Sofort-Sachprämien: Zeitschriften-Abo, Haushaltshilfe – wenn Sie sich nach Ihrer Kundenwerbung sofort belohnen möchten, finden Sie in der Auswahl von Sofortprämien das passende Extra für Ihre Freizeit.

Einkaufsgutscheine: Duft von Douglas, Kaufrausch bei Karstadt – Sie wissen, was Sie mit Ihrer Belohnung anfangen wollen? Dann ordern



Weitersagen: LichtBlick empfehlen lohnt sich jetzt noch mehr.

Sie einen geldwerten Gutschein zum Einkauf bei einem LichtBlick-Partner Ihrer Wahl.

Exklusiv-Sachprämie: Eröffnen Sie Ihr persönliches LichtBlick-Konto: Für jede Kundenwerbung schreiben wir Ihnen Ihre Prämie gut. Aus dem Sparguthaben wird auf Wunsch ein exklusives Faber-Schreibset, eine Digitalkamera oder eine andere hochwertige Sachprämie.

Empfehlen Sie LichtBlick. Für die Umwelt. Und zu Ihrem Vorteil. Die neue „Kunden werben Kunden“-Broschüre sowie eine Informations-Broschüre inklusive Auftragsformular liegen dem Newsletter bei. Weitere Formulare und Infos über die Hotline 0180-2-660 660 oder

> INTERNET: www.lichtblick.de

Expansion inklusive: Mit der **Decathlon Sport Spezial** gewinnt LichtBlick einen aktuell stark wachsenden Neukunden. Das europaweit agierende Handelshaus für Sportartikel baut zur Zeit seine Deutschland-Präsenz massiv aus.

Leistungsstarke Designerstücke: LichtBlick übernimmt die Energieversorgung der **Gravis Computervertriebsgesellschaft mbH**. Das Unternehmen vertreibt über seine bundesweit verteilten Filialen Computer aus dem Hause Apple Macintosh.

Kommentar

Spät, aber nicht zu spät: Die Regulierungsbehörde kommt

Deutschland war das einzige Land der EU, das versucht hat, den Strommarkt ohne Regulierer zu liberalisieren. Dass das nicht funktioniert, war vielen von Beginn an klar, inzwischen haben es auch die letzten gespürt. Die Zahl der neuen Anbieter lässt sich heute, fünf Jahre nach Öffnung des Marktes, an einer Hand abzählen und die Strompreise für Haushalte sind – nicht zuletzt aufgrund der hohen Strombeschaffungskosten und Netznutzungsentgelte – so hoch wie nie zuvor. Für die Bundesregierung war dies kein Grund zu handeln, die neuen Marktregeln werden aus Brüssel diktiert. Die EU schreibt im Rahmen einer sog. „Beschleunigungsrichtlinie“ (nomen est omen) nun endlich auch Deutschland vor, ab Mitte 2004 eine Regulierungsbehörde zu etablieren. Damit ist das deutsche Konzept, das natürliche Monopol der Stromnetze von den Netzbetreibern selbst verwalten zu lassen, endgültig gescheitert. Verwundern tut dies nicht, schließlich hatte man ja den Bock zum Gärtner gemacht. Ab Juli nächsten Jahres werden die Netznutzungsentgelte nun endlich von einer unabhängigen Instanz, wahrscheinlich der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, überprüft. Führen wird dies zu sinkenden Kosten und insgesamt faireren Rahmenbedingungen im Strommarkt. Der notwendige Schritt kommt spät, aber nicht zu spät: Die verbliebenen Anbieter werden davon profitieren, ihre Marktposition ausbauen und schon mittelfristig für mehr Wettbewerb sorgen. Das wird dann auch der Verbraucher spüren.

> HEIKO VON TSCHISCHWITZ

Leserfrage

Was muss ich bei einem Wohnungswechsel für eine lückenlose LichtBlick-Versorgung tun?

1. Fordern Sie frühstmöglich vor Ihrem Wohnungswechsel das Umzugsformular bei LichtBlick an.
2. Senden Sie das ausgefüllte Formular an uns zurück. Alles Weitere erledigen wir für Sie.

Umzugsfrist verpasst? Sprechen Sie uns persönlich an. Schnell und direkt:

> HOTLINE: 0180-2-660 660

„Kunden werben Kunden“-Sonderaktion

Gewinnen Sie eine Reise nach Wien!

Mit jedem geworbenen LichtBlick-Kunden tun Sie Gutes für die Umwelt. Und für Sie persönlich: LichtBlick dankt Ihnen Ihre Kundenwerbung mit einer Prämie Ihrer Wahl und der Chance auf einen Hauptgewinn.

Sie haben sich aus guten Gründen für LichtBlick entschieden:

- Sie ersparen der Umwelt garantiert mindestens 2/3 der klimaschädigenden CO₂-Emissionen eines durchschnittlichen Haushalts.
- Sie fördern den Ausbau regenerativer Energiegewinnungsanlagen.
- Sie zahlen kaum mehr, in weiten Teilen Deutschlands sogar weniger, als für die Versorgung mit herkömmlicher Energie.
- Sie werden garantiert zuverlässig versorgt.

Viele Argumente sprechen für

LichtBlick. Darum empfehlen Sie uns einfach Ihren Freunden und Bekannten. Unser Dank ist Ihnen gewiss: Für jeden geworbenen Neukunden erhalten Sie von LichtBlick eine Prämie Ihrer Wahl. Die komplette Auswahl finden Sie in der neuen, beiliegenden „Kunden werben Kunden“-Informationsbroschüre oder im Internet unter: www.lichtblick.de.

Für schnelle Werber hält LichtBlick einen Extra-Bonus bereit: Wenn Sie bis 5.1.2004 Kunden werben, erhält nicht nur jeder von Ihnen geworbene Neukunde ein Startguthaben von 50 Kilowattstunden regenerativer Energie, sondern Sie nehmen außerdem automatisch an unserer Sonderverlosung teil.

Mit ein wenig Glück reisen Sie und eine Begleitung Ihrer Wahl für ein Wochenende in



Foto: Verbund-Kraftwerk-Wien-Freudenau

die Hauptstadt Österreichs. Als Ausgangspunkt für Ihre Stadterkundung haben wir für Sie ein Doppelzimmer in einem Wiener Hotel reserviert, in dem Sie übernachten werden. Ein kurzer Ausflug führt Sie zum nahegelegenen Wasserkraftwerk nach Freudenau. Bei einer Führung erleben Sie, wie aus der Kraft der Natur elektrische Energie gewonnen wird.

Und so einfach geht's: Versehen Sie das beiliegende, vom Neukunden ausgefüllte Auftragsformular mit Ihrem Namen und Ihrer Adresse und senden es an LichtBlick zurück. Umgehend erhalten Sie von uns eine schriftliche Bestätigung. Wichtig: Bitte vergessen Sie nicht, Ihren Prämienwunsch zu vermerken! Über Ihre telefonische LichtBlick-Hotline erhalten Sie bei Bedarf weitere Informationsbroschüren mit integriertem Auftragsformular. Sie



Gewinnen Sie einen Kurzurlaub in Wien! Inklusive Anreise, Übernachtung und einem Ausflug zum nahegelegenen Wasserkraftwerk in Freudenau.

erreichen unser Team montags bis freitags von 8 bis 20 Uhr unter der Nummer: 0180-2-660 660 (6 Ct/Anruf aus dem Festnetz).

Viel Glück und Erfolg wünscht Ihnen Ihr LichtBlick-Team

LichtBlick gratuliert

Der Hauptgewinn der Sonderaktion des letzten LichtBlick-Newsletters geht an Ronald Prothmann. Der 44-jährige gehört zu den LichtBlick-Kunden der ersten Stunde und verbringt nun mit seiner Frau ein stilvolles Wochenende in einem Romantik-Hotel seiner Wahl, Frühstück und Gourmet-Dinner inklusive.



Traumhafte Auswahl: Ann-Christin Mengers überreicht Gewinner Ronald Prothmann Übernachtungs-Gutschein und Verzeichnis der Romantik-Hotels.



Euro-Prämie: 25 Euro erhalten Sie sofort oder zur Verrechnung mit Ihrer nächsten Stromrechnung.



Einkaufsgutschein: Shoppen Sie für 25 Euro bei LichtBlick-Partnern, z.B. der Parfümerie Douglas.



Sofort-Sachprämie: kleine Extras für Ihren Alltag, bspw. ein Jahr kostenlos das ÖkoteSt-Magazin.



Exklusiv-Sachprämie: Bei Werbung von 5 Neukunden bekommen Sie z.B. ein „Like a Bike“.

LichtBlick
Strom mit Zukunft

Max-Brauer-Allee 44 · 22765 Hamburg
Telefon-Hotline: 0180-2-660 660
E-Mail: info@lichtblick.de
Internet: www.lichtblick.de

Herausgeber: LichtBlick – die Zukunft der Energie GmbH
Verantwortlich: Alexander Beck, Leiter Marketing
Redaktion: Ann-Christin Mengers
Fotos: LichtBlick und andere
Auflagendruck/Versand: Zeller Druck Medien-Service