



# Der Markt für Heizkostenverteilung und -abrechnung

Chancen, Bedrohungen und Strategien, 2. Auflage

Die Studie ist ab sofort erhältlich und umfasst 776 Seiten.

- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren für Messdienstleistungen (Submetering)
- Marktbarrieren und Markttreiber
- Marktvolumen und -anteile für VHKV, EHKV, FHKV, Wasser-/Wärmezähler in Deutschland

- Potenziale und Bedrohungen in Markt und Wettbewerb
- Strategien für Marktverteidigung, -auf- und -ausbau
- Entwicklung bei Verkauf, Vermarktung, Wartung

Der Markt für Heizkostenverteilung ist in Bewegung: Bereits in August 2005 übernimmt Techem die heimer Concept GmbH, Minol weitet die eigenen Aktivitäten mit der Übernahme der insolventen Zenner GmbH & Co. KGaA aus, aktuell ist Ista an Charterhouse Capital Partners verkauft. Auf Technologie-ebene schreitet die Migration vom Verdunster (VHKV) bzw. elektronischen Heizkostenverteiler (EHKV) zum Funkheizkostenverteiler (FHKV) weiter voran.

Dennoch stagniert das Marktvolumen für Heizkostenverteilung in Deutschland, Umsatz-zuwächse im Kerngeschäft ergeben sich primär aus Preissteigerungen.

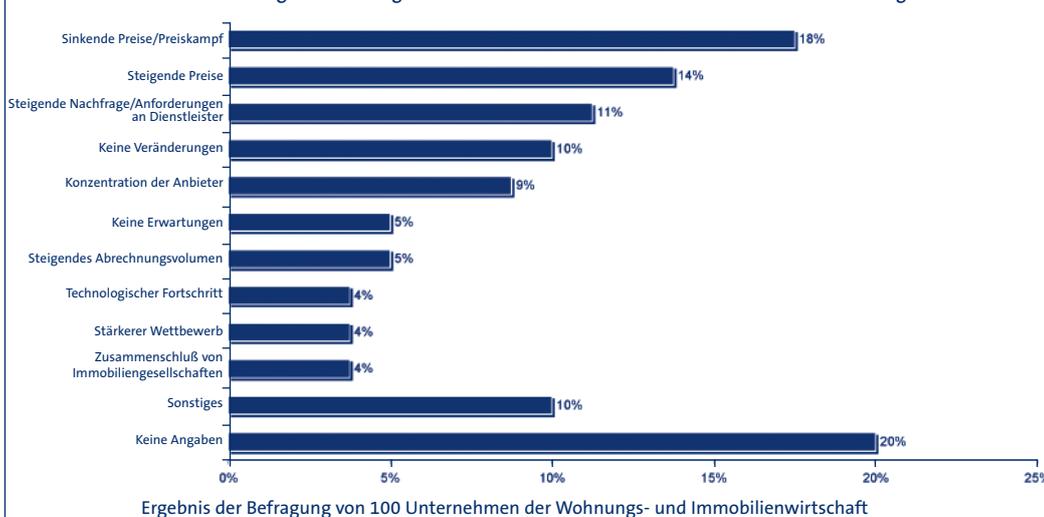
Während die TOP-Messdienstleister den Markt über starke Preisnachlässe bei Hardware und sehr moderate Anpassungen bei Dienstleistungen in Kombination mit der Möglichkeit der Abwicklung des Massengeschäfts dominieren, positionieren sich kleinere Anbieter über Qualitätswettbewerb und übernehmen die unzufriedenen Kunden der großen Messdienstleister. Gleichwohl liegt die Kundenwechselquote nicht zuletzt aufgrund hochwirksamer Marktbarrieren nur bei rund 3% jährlich.

Den Energieversorgern gelingt es zudem bestenfalls über Kooperationen (Beispiel MVV Energie und Ista), bei der Heizkostenverteilung noch auf sich aufmerksam zu machen, und auch Immobiliengesellschaften zeigen sich in der aktiven Marktbearbeitung zurückhaltend.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung untersucht die Studie die Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren auf den Markt, beschreibt Potenziale, Chancen und Risiken, die sich für Messdienstleister, Energieversorger, Hersteller und andere Dienstleister sowie deren Kunden ergeben und zeigt Strategien und Handlungsoptionen für den Umgang mit diesen Gegebenheiten.

Damit unterstützt sie aktuelle und potenzielle Marktakteure bei der Schärfung und Fundierung der unternehmerischen Positionierung innerhalb des Marktes.

Welche zukünftige Entwicklung erwarten Sie auf dem Markt im Bereich Heizkostenverteilung?



value through information.

Inhalt der Studie

<b>Inhaltsübersicht</b>	<b>3</b>	3.5.4.4 Grundversorgungsverordnung	185	4.9	Wertschöpfung im Gesamtprozess	286
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>4</b>	3.5.4.5 Konsequenzen und Auswirkungen	190			
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>22</b>	3.5.4.5.1 Das liberalisierte Zählen (und Messen)	190	<b>5</b>	<b>Produkt- und Dienstleistungsspektrum und -potenziale</b>	<b>292</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>33</b>	3.5.4.5.2 Rollen und Konstellationen in der Energiewirtschaft	194	5.1	Produkt- und Dienstleistungsspektrum	293
<b>1 Management Summary</b>	<b>37</b>	3.6 Zusammenführung und Konsequenzen	197	5.1.1	Übersicht	293
<b>2 Grundlagen</b>	<b>87</b>	3.6.1 Zusammenführung der Rahmenbedingungen	197	5.1.2	Produktbereiche	294
2.1 Einführung und Problemstellung	87	3.6.1.1 Markttreiber	197	5.1.2.1	Bereich Hardware	294
2.2 Ziele und Nutzen der Studie	89	3.6.1.2 Marktbarrieren und Marktabschottung	199	5.1.2.2	Bereich Technik- und Messgerätedienstleistungen	295
2.3 Zielgruppen	91	3.6.1.3 Marktverteilung und Wettbewerb	201	5.1.2.3	Bereich Verbrauchsdaten- und Ablese-dienstleistungen	296
2.4 Aufbau der Studie	92	3.6.1.4 Technologiefokus	201	5.1.2.4	Bereich Heizkostenverteilungs- und abrechnungsdienstleistungen	297
2.5 Abgrenzung	95	3.6.1.5 Bedeutung von Skaleneffekten und Kundenzahlen: Die „2.000-Einheiten“-Schwelle	202	5.1.2.5	Sonstige Dienstleistungen	298
2.6 Methodik	96	3.6.1.6 Der Zwang zum Wachstum im gesättigten Markt und die strategische Umsetzung durch die Akteure	204	5.1.2.6	Zusätzliche Leistungsbereiche von Messdienstleistern	300
2.7 Definition	101	3.6.1.7 Interesse und Einfluss von Finanzinvestoren auf den Markt: IPOs, Buy-Outs und Squeeze Outs	205	5.1.2.6.1	Contracting	300
2.7.1 Nebenkosten	101	3.6.2 Zusammenführung wesentlicher Risikoeinflussfaktoren auf den Markt für Messdienstleistungen	207	5.1.2.6.2	Automated Meter Management/Advanced Metering Infrastructure (AMM / AMI)	301
2.7.2 Heizkosten	102	3.6.2.1 Rechtliche Rahmenbedingungen	209	5.1.2.6.3	Smart Home / Home Automation und Facility Management	305
2.7.3 Betriebskosten	103	3.6.2.2 Technologie	211	5.1.2.6.4	Exkurs: Rauchmelder	306
2.7.4 Heizkostenverteilung	104	3.6.2.3 Markt/Kunden/Wettbewerb	214	5.1.3	Produktansätze	308
2.7.5 Heizkostenabrechnung	105	3.6.2.4 Marketing/Vertrieb	217	5.1.3.1	Baukastenprinzip	308
2.7.6 Heizgradtage	106	3.6.2.5 Strategie	219	5.1.3.2	Full Service	310
2.7.7 Abrechnung von Strom, Gas, Wasser und Wärme	106	3.6.2.6 Organisation	220	5.1.3.3	Online / Self Service	311
2.7.8 Zählerwesen/Metering	107	3.6.2.7 Prozess	221	5.1.3.4	Integration von Services	311
2.7.9 Messstellenbetreiber	108	3.6.3 Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf die Marktakteure	222	5.1.3.5	Zusammenfassung	312
2.7.10 Messstellendienstleister	110	<b>4 Geschäftsprozesse und Organisationsaufbau in Heizkostenverteilung und -abrechnung</b>	<b>226</b>	5.2	Status quo: Marktauftritt von Energieversorgern	313
2.7.11 Submetering	111	4.1 Überblick: Heizkostenverteilungs- und -abrechnungsprozesse	227	5.3	Fremdvergabe von Messdienstleistungen in der Heizkostenverteilung	315
2.7.12 Nutzungseinheit	112	4.2 Detailbetrachtung	231	5.3.1	Wohn- und Immobiliengesellschaften	315
2.7.13 Verbrauchseinheit	112	4.2.1 Zähler- und Messwesen	231	5.3.1.1	Fremdvergabe durch Wohn- und Immobiliengesellschaften	315
2.7.14 Liegenschaft	112	4.2.2 Ablesung	232	5.3.1.2	Zufriedenheit mit der Leistungserbringung 2004 und 2007	317
2.7.15 Outsourcing und Ausgründung	112	4.2.3 Heizkostenabrechnung und Heizkostenverteilung	236	5.3.1.3	Planungen und Überlegungen zu einer weiteren Fremdvergabe aus Sicht von Wohnungs- und Immobiliengesellschaften	318
2.7.16 Wohnungswirtschaft und Immobilienwirtschaft	113	4.2.4 Exkurs: Nebenkostenabrechnung	239	5.3.1.4	Kriterien einer Fremdvergabe	320
2.7.17 Verkauf	113	4.2.5 Druck, Verpostung und Versand	240	5.3.1.5	Entscheidungsstrukturen	321
2.7.18 Vermietung	114	4.2.6 Kundenservice	241	5.3.1.6	Endkundenanforderungen an Messdienstleister	322
2.7.19 Wartung	114	4.2.7 Forderungsmanagement und Mahnwesen	242	5.3.1.7	Wahrgenommene Alleinstellungsmerkmale von Messdienstleistern	326
2.7.20 Weitere	115	4.2.8 Akteure auf Prozessebene	245	5.3.1.8	Wechselbereitschaft von Wohnungs- und Immobiliengesellschaften	328
<b>3 Rahmenbedingungen</b>	<b>117</b>	4.3 Eigentümer	245	5.3.1.9	Einschätzung der Positionierung von EVU im HKV-/ HKA-Bereich	332
3.1 Ausgangssituation im Wohnungs- und Immobilienmarkt	117	4.3.1 Mieter	246	5.3.2	Fremdvergabe durch Energieversorgungsunternehmen	336
3.1.1 Demographische Rahmenbedingungen und Entwicklungen	117	4.3.2 Verwalter	246	5.3.2.1	Übersicht	336
3.1.2 Rahmenbedingungen in der Wohnungswirtschaft	121	4.3.3 Messdienstleister	246	5.3.2.2	Fremdvergabe und „Wertschöpfungsverteilung“	337
3.1.2.1 Gesamtgesellschaftliche Rahmenbedingungen	121	4.3.4 Heizkostenverteiler und -abrechner	247	5.3.2.3	Modelle zur Leistungserbringung aus Sicht eines Energieversorgers	339
3.1.2.2 Spezifische Rahmenbedingungen in der Wohnungswirtschaft	136	4.3.5 Heizkostenverteiler und -abrechner	247	5.4	Kooperationsansätze	349
3.1.3 Rahmenbedingungen in der Immobilienwirtschaft	139	4.3.6 Energieversorger	247	5.4.1	Eckpunkte einer Kooperation	352
3.1.4 Exkurs: Ausgewählte Rahmenbedingungen im Contracting	145	4.3.7 Zusammenfassung	247	5.4.2	Beispiel: Partnersuche	355
3.2 Ausgangssituation im Markt für Messdienstleistungen in der Heizkostenverteilung	147	4.4 Organisationsformen und -aufbau in Heizkostenverteilung und -abrechnung bei Energieversorgern	249	5.4.3	Die Kooperationsbilanz	359
3.3 Ausgangssituation in der Versorgungswirtschaft	149	4.4.1 Übersicht	249	5.4.4	Erfolgsfaktoren von Kooperationen	360
3.3.1 Strommarkt	149	4.4.1.1 Übersicht	249	5.4.5	Kooperationsansätze im HKV-Bereich	362
3.3.2 Gasmarkt	153	4.4.1.2 Modelloptionen	249	5.4.5.1	Kooperationen zwischen Messdienstleistern	362
3.3.3 Wärmemarkt	156	4.5 Synergiepotenziale	255	5.4.5.2	Kooperationen zwischen Messdienstleistern und Versorgern	363
3.3.4 Wassermarkt	158	4.5.1 Synergien für Energieversorger im HKA-/HKV-Markt	255	5.4.5.3	Kooperationen zwischen Energieversorgern und (branchen-) externen Dienstleistern	367
3.4 Ausgangssituation im Abrechnungsmarkt bei Strom und Gas	161	4.5.1.1 Zählerwesen	255	5.4.5.4	Kooperationen zwischen Energieversorger / Messdienstleister und Technologielieferant / IT-Hersteller	368
3.5 Ausgewählte rechtliche Grundlagen	165	4.5.1.2 Ablesung	257	5.4.5.5	Kooperationen zwischen Abrechnungsdienstleister Strom / Gas und HKV-Dienstleistern bzw Energieversorgern	369
3.5.1 Rechtlicher Rahmen der Heizkostenverteilung und -abrechnung	165	4.5.1.3 Datenverarbeitung und Abrechnungsdurchführung	258	5.5	Lessons Learnt	371
3.5.1.1 Heizkostenverordnung	165	4.5.1.4 Druck, Verpostung, Versand	260	<b>6 Technologien und Systeme</b>	<b>376</b>	
3.5.1.2 AVB FernwärmeV	166	4.5.1.5 Kundenservice	261	6.1	Gerätearten	376
3.5.1.3 DIN EN 834, EN 835	167	4.5.1.6 Forderungsmanagement	263	6.1.1	Heizkostenverteiler nach dem Verdunsterprinzip (VHKV)	377
3.5.1.4 Weitere	169	4.5.1.7 Gerichtliches Mahnwesen	263	6.1.1.1	Beispiel Minol – Minotherm II	381
3.5.2 Ausgewählte Wohnungs- und Immobilienrechtlich relevante Aspekte	169	4.5.2 Synergien für Heizkostenverteiler und -abrechner	264	6.1.1.2	Beispiel Ista Exemper®	383
3.5.2.1 Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen	169	4.5.2.1 Synergien im Abrechnungsmarkt Strom und Gas	264	6.1.2	Heizkostenverteiler mit elektrischer Energieversorgung (EHKV)	384
3.5.2.2 Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	170	4.5.3 Zusammenfassung	268			
3.5.2.3 Energieeinsparverordnung	171	4.6 Bedeutung von Skaleneffekten	272			
3.5.3 Weitere Gesetze und Verordnungen zum Messwesen: Measurement Instrument Directive	174	4.7 Optimierungsbedarf	275			
3.5.4 Rechtliche Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	178	4.8 Preise für Mess- und Abrechnungsleistungen	278			
3.5.4.1 Energiewirtschaftsgesetz	178	4.8.1 Vorbemerkungen	278			
3.5.4.2 Netzzugangsverordnung	180	4.8.2 Hardware	281			
3.5.4.3 Netzentgeltverordnung	183	4.8.2.1 Hardware-Verkauf	281			
		4.8.2.2 Hardware plus Wartung	282			
		4.8.2.3 Gerätemiete	283			
		4.8.3 Ausgewählte Prozesse/Dienstleistungen	284			

6.1.2.1	Beispiel ista – doprimo picco	389	7.3	Hardwareseitige Mengen und Mengenentwicklung	498	9.7	Status quo und Trends im Ausland	672
6.1.2.2	Beispiel mx systems AG – 200 - wx	391	7.3.3	Gesamtmarkt und Teilmärkte: Marktpotenzial und Marktvolumen 2007	502	<b>10 Chancen und Risiken</b>	<b>674</b>	
6.1.2.3	Beispiel techem – elektronischer Heizkostenverteiler optica	393	7.3.3.1	Gesamtmarkt	502	10.1	Chancen und Risiken für Messdienstleister	674
6.1.2.4	Beispiel KUNDO – HKVE 202R	395	7.3.3.2	Marktvolumen nach Geräteart	502	10.1.1	Chancen und Risiken im HKV-/HKA-Markt	674
6.1.3	Heizkostenverteiler mit Fernwirkfunktionen (FHKV)	397	7.3.4	Marktentwicklung bis 2015 nach Szenarien	503	10.1.2	Chancen und Risiken im Abrechnungsmarkt Strom/Gas	679
6.1.3.1	Beispiel ista doprimo®3 radio	399	7.3.4.1	Gesamtmarkt	503	10.2	Chancen und Risiken für Energieversorger	682
6.1.3.2	Beispiel techem FHKV data III	401	7.3.4.2	Teilmärkte nach Geräteart	503	10.3	Chancen und Risiken für Wohn- und Immobiliengesellschaften	688
6.2	Weitere Technologien	403	7.3.4.3	Teilmärkte nach Vertragsart	505	10.4	Chancen und Risiken für Hersteller und Systemanbieter	691
6.2.1	Bus- und Systemlösungen	403	<b>8 Wettbewerb</b>	<b>513</b>	<b>11 Strategieoptionen</b>	<b>694</b>		
6.2.1.1	Beispiel: symphonic mbus von ista	404	8.1	Wettbewerb bei Heizkostenverteilung und -abrechnung	514	11.1	Grundverständnis: Strategiebegriff	695
6.2.2	Card- basierte Systeme	405	8.1.1	Quantitative Übersicht über die Wettbewerber	514	11.2	Option zur Strategiefindung und operativen Umsetzung	696
6.3	HKV-IT-Systeme	407	8.1.2	Qualitative Wettbewerbsdarstellung	521	11.3	Spannungsfelder auf Strategieebene	701
6.3.1	DOMUS 1000 Hausverwalterprogramm, DOMUS Software AG	407	8.1.2.1	Die großen „Fünf“	527	11.4	Strategieausrichtung für etablierte Messdienstleister	704
6.3.2	GES - Umlagenabrechnung, Aareon AG	414	8.1.2.2	Weitere (potenzielle) Wettbewerber	530	11.4.1	Aufbau, Ausbau und Erhalt von Marktbarrieren	704
6.3.3	Blue Eagle, Aareon AG	417	8.1.2.3	Kundenservice und Forderungsmanagement	532	11.4.2	(Multiple) Kundenbindung	706
6.3.4	Thermowin, mx systems	420	8.1.3	Bekanntheit und Image	538	11.4.3	Technologiemigration	708
6.3.5	XAP.house, Somentec	421	8.1.3.1	Bekanntheit bestimmter Wettbewerber	538	11.4.4	Diversifikation: Erschließung neuer Märkte	710
6.3.6	Weitere HKV-Systeme	425	8.1.3.2	Imagevergleich der Stadtwerke und großer Dienstleister	541	11.4.5	Preisstrategie	712
6.3.6.1	Heiztec, Veridis	425	8.1.3.3	Imageaussagen zu Heizkostenverteilern und -abrechnern	544	11.4.6	Qualitätsstrategie	714
6.3.6.2	Wodis, Techem IT Services	426	8.1.3.4	Zusammenführung	548	11.4.7	Internationalisierung	715
6.3.6.3	HKA 100, Gemas GmbH	427	8.2	Wettbewerb im Abrechnungsmarkt	549	11.4.8	Akquisition	716
6.4	Energie-Abrechnungssysteme mit HKV-Funktionalität	429	8.2.1	Qualitative Wettbewerbsdarstellung	549	11.4.9	Service-Strategie: Self Service	718
6.4.1	EULVIS, SDK	429	8.2.2	Wettbewerber am Abrechnungsmarkt für Strom und Gas	553	11.4.10	Produkt- und Dienstleistungsentwicklung	720
6.4.2	SAP IS-U/SAP IS-RE	432	8.3	Ausgewählte Wettbewerbsprofile	557	11.4.11	Integrated Billing	722
6.4.3	Schleppen CS	437	8.3.1	Ausgewählte Wettbewerbsprofile: Messdienstleister	557	11.4.12	Innovation	724
6.4.4	Wilken ENER-GY	438	8.3.1.1	BFW Werner Völk GmbH	557	11.4.13	Benchmarking	726
6.5	Online-HKV-Abrechnung	441	8.3.1.2	Brunata-Metrona	560	11.5	Strategieausrichtung für neue Wettbewerber/Energieversorger	730
6.5.1	Übersicht	441	8.3.1.3	EAD Energieabrechnungssysteme GmbH	565	11.5.1	Markteintritt	730
6.5.2	Beispiel eddi 24	441	8.3.1.4	Fachvereinigung Heizkostenverteiler Wärmekosten-abrechnungen e.V.	568	11.5.2	Kooperation	734
6.5.2.1	Produktbeschreibung und Funktionsweise	442	8.3.1.5	GEMAS Gesellschaft für Energiemess- und Auswertungssysteme GmbH	571	11.5.3	Kundenbindung	739
6.5.2.2	Benutzeroberfläche	443	8.3.1.6	ista Deutschland GmbH	575	11.5.4	Nischenbesetzung	741
6.5.2.3	Datenaustausch und Eingabe	444	8.3.1.7	Kalorimeta AG & Co. KG	584	11.5.5	Erschließung anderer Abrechnungsmärkte	745
6.5.2.4	Zielgruppe	445	8.3.1.8	Minol Messtechnik W. Lehmann GmbH & Co. KG	588	11.5.6	Kundenbindung	749
6.5.3	Beispiel W-SERV	445	8.3.1.9	MSG Metering Service mbH	593	11.5.7	Benchmarking	751
6.5.3.1	Produktbeschreibung und Funktionsweise	446	8.3.1.10	Semeco GmbH	598	11.6	Fallbeispiele	752
6.5.3.2	Benutzeroberfläche	447	8.3.1.11	Techem AG	601	11.6.1	Stadtwerke Heidelberg	752
6.5.3.3	Zielgruppe	447	8.3.1.12	W-SERV GmbH	607	11.6.2	Stadtwerke Gera	753
6.5.4	Beispiel Techem online Services	449	8.3.2	Ausgewählte Energieversorger mit Dienstleistungen im Bereich Heizkostenverteilung	610	11.6.3	Stadtwerke Leipzig	754
6.5.4.1	Produktbeschreibung und Funktionsweise	449	8.3.2.1	Energieversorgung Gera	610	11.6.4	Ista	756
6.5.4.2	Datenaustausch	449	8.3.2.2	E.ON Hanse AG	613	11.6.5	Techem	756
6.5.4.3	Benutzeroberfläche	450	8.3.2.3	EWE AG	618	<b>12 Praxistipps</b>	<b>759</b>	
6.5.4.4	Zielgruppe	451	8.3.2.4	Mark-E AG	624	12.1	Wann ist Heizkostenverteilung für Stromversorger, Gasversorger oder Multi Utilities zweckmäßig?	760
6.6	Status quo bei Wohnungs- und Immobiliengesellschaften	452	8.3.2.5	Siegener Versorgungsbetriebe GmbH	628	12.2	Kauf oder Miete von Messgeräten?	761
6.6.1	Überblick	452	8.3.2.6	Stadtwerke Essen AG	630	12.3	Wann ist der Break Even für Neueinsteiger erreichbar?	763
6.6.2	Qualitative Anforderungen an Technologien	455	8.3.2.7	Stadtwerke Flensburg GmbH	632	12.4	Wie können sich eingesessene Marktakteure »verteidigen«?	764
6.6.3	Einschätzungen zu Technologien- und Technologieentwicklungen	457	8.3.2.8	Stadtwerke Heidelberg AG	635	12.5	Wie einfach ist der Umstieg vom Messdienstleister zum Komplett-Abrechner?	766
6.7	Weitere Potenziale	462	8.3.2.9	Stadtwerke Neuss Energie und Wasser GmbH	638	12.6	Welche Chancen bietet die Liberalisierung des Messstellenbetriebs bei Strom/Gas für Heizkostenverteiler?	767
<b>7 Der Markt für Heizkostenverteilung und -abrechnung</b>	<b>464</b>		8.3.2.10	Stadtwerke Pforzheim GmbH & Co. KG	640	12.7	Wie können Heizkostenverteiler im stagnierenden Markt noch Wachstum generieren?	769
7.1	Methodik: Szenarioanalyse	466	8.3.2.11	Stadtwerke Speyer GmbH	643	12.8	Investitions-/Markterschließungskosten für neue Wettbewerber	771
7.1.1	Überblick	466	8.3.2.12	Vattenfall Europe AG	645	12.9	Entscheidungsgrundlage Business-Plan	772
7.1.2	Exkurs: Exogene und endogene Schocks/Impacts	470	8.3.3	Ausgewählte Technologieanbieter und Dienstleister im Bereich Heizkostenverteilung	649	12.9.1	Aufbau	772
7.2	Grundannahmen und Prämissen	472	8.3.3.1	Aareon AG	649	12.9.2	Nutzen	774
7.2.1	Annahmen für alle Szenarien	472	8.3.3.2	eddi24 GmbH	652			
7.2.2	Überblick über szenariospezifische Annahmen	474	<b>9 Trends</b>	<b>656</b>				
7.2.2.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	474	9.1	Markttrends im Markt für Heizkostenverteilung und -abrechnung	656			
7.2.2.2	Wohnungs- und Immobilienwirtschaftliche Rahmenbedingungen	476	9.2	Trends bei Heizkostenverteilern/-abrechnern (Anbieterseite)	660			
7.2.2.3	HKV-spezifische Rahmenbedingungen	477	9.3	Wettbewerbstrends	661			
7.2.2.4	Entwicklung bei HKV-Technologien	478	9.4	Trends bei Energieversorgern im Zusammenhang mit Heizkostenverteilung und -abrechnung	663			
7.2.2.5	Entwicklung der Anforderungen an Dienstleister im HKV-Markt	480	9.5	Strategietrends	665			
7.2.2.6	Entwicklung des Wettbewerbs im Bereich HKV	482	9.5.1	Messdienstleister	665			
7.2.3	Annahmen für Szenario 1: Verteidigung und Marktmacht – Erhalt bestehender Strukturen	485	9.5.2	Energieversorger	668			
7.2.4	Annahmen für Szenario 2: Gemäßigte Marktdynamisierung und Qualitätswettbewerb	487	9.5.3	Immobiliengesellschaften	669			
7.2.5	Annahmen für Szenario 3: Regulierung und Preiswettbewerb	489	9.6	Technologietrends	670			
7.3	Markt und Marktentwicklung für Heizkostenverteilung und -abrechnung	492						
7.3.1	Preise und Preisentwicklung	492						

Die Studie umfasst 776 Seiten.  
Aufgrund der laufenden Aktualisierung können sich inhaltlich noch Ergänzungen und Veränderungen ergeben.

## ANTWORT/BESTELLUNG

Zurück im Briefumschlag an:

trend:research GmbH  
 Institut für Trend- und Marktforschung  
 Parkstraße 123  
 28209 Bremen

oder per

**Fax an: 0421 . 43 73 0-11**

- Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 09-0406-2) »Der Markt für Heizkostenverteilung und -abrechnung - Chancen, Bedrohungen und Strategien, 2. Auflage« zum Preis von EUR 4.900,00 und  zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
- Wir sind Besteller der 1. Auflage und bestellen die Studie zum Update-Preis von EUR 3.675,00 und  zusätzl. Kopien (je EUR 400,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggf. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 200/** zu.
- Hiermit bestellen wir  Exemplar(e) des trend:buch Energiewirtschaft 2006/2007 zum Preis von je EUR 98,00. - zzgl. gesetzl. MwSt., zzgl. Versand -
- Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?
  - Erhalt dieser Disposition
  - Internet
  - Empfehlung durch
  - Presseartikel in
  - Sonstiges

ADRESSE	
FIRMA	
NAME	
FUNKTION	
STRASSE	
PLZ/ORT	
TEL./FAX	
E-MAIL	
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten. Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben.
Datum	Unterschrift/Stempel 10-0305

### TREND:RESEARCH

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktforschungsstudien aktuell und exklusiv erarbeitet, für einzelne oder mehrere Auftraggeber. Umfangreiche eigene (Primär-) Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten und dessen dosierter Transfer, aufbereitet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams - auch mit externen Experten - garantiert die ganzheitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

Schwerpunkt sind Untersuchungen sich stark wandelnder Märkte, z.B. der liberalisierten Energie- und Telekommunikationsmärkte und des ÖPNV-Marktes.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren EVU und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen - die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.



### KONDITIONEN

Die Potenzialstudie »Der Markt für Heizkostenverteilung und -abrechnung - Chancen, Bedrohungen und Strategien, 2. Auflage« kostet EUR 4.900,00 (persönliches Exemplar).

Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 400,- pro Kopie zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab sofort erhältlich.



### WEITERE STUDIEN

trend:research gibt weitere Studien heraus, z.B.:

- Forderungsmanagement in der Verbrauchsabrechnung, 2. Auflage**, 09/06, 902 S., EUR 4.200,00
- Customer Service Center/CSS in der Energiewirtschaft**, 12/04, ca. 500 S., EUR 4.300,00
- Der Markt für Messstellenbetreiber**, 05/06, ca. 700 S., EUR 3.900,00
- Zählerwesen 2. Auflage**, 05/06, 934 S., EUR 4.400,00
- Verbrauchsabrechnung, 3. Auflage**, 04/05, 1.322 S., EUR 5.500,00
- Ablesung: Verbrauchsdatenerfassung in der Energiewirtschaft**, 02/05, 667 S., EUR 3.900,00
- Zählerfernauslesung in der Energiewirtschaft: Marktentwicklung, Technologie, Strategie**, 02/05, 724 S., EUR 3.900,00
- Stromnetze 2007: Unbundling, Prozessoptimierung, Marktpotenziale**, 06/05, 756 S., EUR 3.800,00
- Kommunen als Kunden der Energieversorger**, 05/05, 696 S., EUR 3.400,00
- Der Markt für Energiedienstleistungen, 2. Auflage**, 11/03, 786 S., EUR 4.400,00
- Konzessionsverträge 2008/2011: Konstanz oder Umbruch?**, 10/06, 524 S., EUR 3.400,00
- Kundenservice in der Energiewirtschaft: Telefonzentrale, Call Center und Customer Service Center - 2. Auflage**, 09/05, 1047 S., EUR 3.900,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter [www.trendresearch.de](http://www.trendresearch.de) abrufen.

© trend:research, 2007

**trend:research**

Institut für Trend- und Marktforschung