



Multi Utility & Smart Metering: Kundenbindung der Zukunft (3. Auflage)

Einladung zum Startworkshop
(Termin noch zu vereinbaren).
Nähere Informationen auf der Rückseite.

- Marktvolumen und -entwicklungen nach Produktgruppen bis 2015
- Nachfrage und Anforderungen nach Kundengruppen
- Wettbewerbsanalyse und Profile ausgewählter Wettbewerber

- Synergien und Kundenbindungspotenziale
- Technologien
- Strategieoptionen
- Trends, Chancen und Risiken
- Vergleich: Voraufgabe – aktuell

Kommunikationstechnik und Metering-Technologien werden in Deutschland stark an Bedeutung gewinnen. Desweiteren wird die Umsetzung der EU-Energieeffizienzrichtlinien u. a. eine Erweiterung des Produktportfolios hin zu mehr Energiedienstleistungen bewirken. Um das Potenzial dieser Entwicklungen bestmöglich auszuschöpfen, müssen Energieversorgungsunternehmen (EVU) daher mehr in die Ausgestaltung ihres Angebots investieren und sich ggf. auch neu positionieren.

Entgegen der anfänglichen Zweifel entpuppt sich Smart Metering als zukunftssträchtiger Markt, der auch Angebot und Nachfrage im Geschäftsfeld Multi Utility stark beeinflussen wird. Neben Neuheiten wie tageszeitabhängigen und lastvariablen Tarifen bieten neue Technologien wie Multi Utility Communication auch Möglichkeiten für die Erweiterung des Angebots von Bündelprodukten, da nun nicht nur Daten zum Stromverbrauch digital geliefert werden können, sondern auch Verbrauchsdaten zu Gas, Wasser und Wärme.

Im Gegensatz zu anderen Ländern ist Smart Metering in Deutschland jedoch noch wenig verbreitet, was für EVU große Chancen für eine optimale Marktpositionierung und Umsatzsteigerungen bietet. Besonders Multi Utilities bergen für EVU dabei großes Potenzial. Durch

das erweiterte Angebot integrierter Leistungen können Synergien genutzt werden, Kundenbedürfnisse besser befriedigt und Kunden stärker an das Unternehmen gebunden werden (vgl. Abbildung).

Die aktuelle trend:research-Studie „Multi Utility & Smart Metering: Kundenbindung der Zukunft (3. Auflage)“ untersucht auf Basis von rund 75 Experteninterviews, welche Kundengruppen das größte Absatzpotenzial aufweisen und welche Anforderungen sie an Multi Utilities stellen. Zusätzlich beantwortet die Studie folgende Fragestellungen:

- Wie entwickelt sich das Marktvolumen für Multi Utility in Deutschland bis 2015?
- Welche Strategien müssen EVU ergreifen, um sich erfolgreich auf dem Markt zu positionieren?
- Wie können EVU Synergie-Effekte bestmöglich nutzen?
- Welche Markttreiber und -hemmnisse sind zu beobachten und längerfristig zu erwarten?
- Welche Trends zeichnen sich ab und welche Chancen und Risiken lassen sich für EVU daraus aktuell und für die Zukunft ableiten?

Welche Vorteile sehen Sie im Multi Utility-Ansatz für Ihr Unternehmen?
(n=65)

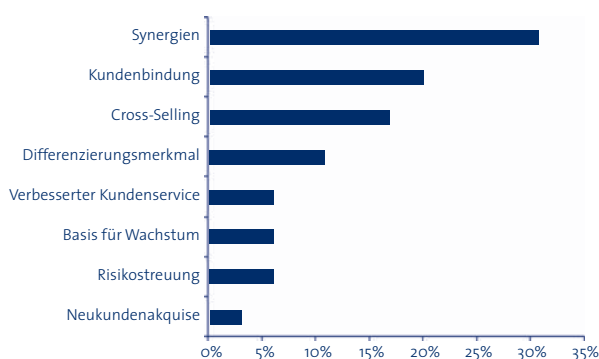


Abbildung 1: Vorteile im Multi Utility Ansatz für das eigene Unternehmen

Multi Utility & Smart Metering: Kundenbindung der Zu

Geplanter Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der Entwicklung eines Multi-Utility-Konzeptes stehen. Ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen und den neuesten Entwicklungen und Technologien im Bereich Smart Metering wird in der Studie betrachtet, welche Kundengruppen für EVU das größte Absatzpotenzial aufweisen und welche Anforderungen sie an Multi Utilities stellen.

Die dargestellten Trends, Chancen und Risiken ermöglichen es EVU, die eigene Positionierung zu überprüfen und ggf. daraus neue Strategien abzuleiten. Die Studie zeigt die Entwicklung im Markt für Multi Utility, die sich durch den Einsatz der Smart Metering Technologien ermöglicht, und unterstützt so operative sowie strategische Entscheidungen.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichten usw.) fließen für die Potenzialstudie ca. 75 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorgungsunternehmen
- Haushaltskunden und Kleingewerbe
- Großgewerbe und Industrie
- Öffentliche Einrichtungen
- Facilities

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Erfahrungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends, Potenziale und Strategieoptionen im liberalisierten Markt.

An wen sich die Studie richtet

Die Studie richtet sich insbesondere an Energieversorgungsunternehmen und weitere Anbieter von Multi-Utility-Produkten.

Der Nutzen ergibt sich z. B. für Vorstände, Geschäftsführer, Marketing, Vertrieb, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Konzernentwicklung, Leiter Energiedienstleistungen, Contracting, kundennahe Anlagen, Geschäftsfeldverantwortliche u. ä.

1	Executive Summary	(eHZ)
		5.3.1.1.1 eHZ – ohne Fernauslesung
2	Management Summary	5.3.1.1.2 Elektronischer Dreh- und Wechselstromzähler ohne Fernauslesung
		5.3.1.1.3 eHZ – mit Fernauslesung
3	Forschungsbericht	5.3.1.1.4 Elektronischer Dreh- bzw. Wechselstromzähler mit Fernauslesung
3.1	Ausgangsüberlegungen und -lage	5.3.1.1.5 Elektronischer Dreh- bzw. Wechselstromzähler mit bidirektionaler Datenübertragung
3.2	Zielsetzungen	5.3.1.2 EDL-Zähler („EDL21-Zähler“)
3.3	Kernfragen im Markt	5.3.1.3 Erweiterung des Basiszählers („EDL40-System“)
3.4	Zielgruppen	5.3.1.4 Gas-, Wasser- und Fernwärmezähler
3.5	Methodik	5.3.1.5 Weitere Gerätetechniken und Innovationen
3.6	Begriffsdefinitionen	5.3.2 Hardwareeinsatz in der Datenübertragung
		5.3.2.1 Modem
4	Rahmenbedingungen	5.3.2.2 Datensammler/-konzentrator/-logger
4.1	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	5.3.2.3 Multi Utility Communication (MUC)
4.1.1	Strommarkt	5.3.2.4 Multi Application Server (MAS)
4.1.2	Gasmarkt	5.3.2.5 Microcontroller (MCU)
4.1.3	Wärmemarkt	5.3.3 Installation der Gerätetechnik
4.1.4	Wassermarkt	5.4 Übertragungstechnologien im Smart Metering
4.2	Gesetzliche Rahmenbedingungen	5.4.1 Übertragungsformen vom Zähler zum Datensammler
4.2.1	Anreizregulierung	5.4.2 Übertragungsformen vom Datensammler zur Leitstelle
4.2.2	EG-Richtlinie zur Förderung der Stromerzeugung aus erneuerbaren Energiequellen (2001/77/EG)	5.4.3 Kommunikationsstandards und -schnittstellen
4.2.3	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen (2006/32/EG)	5.4.3.1 Kommunikation Smart Meter – Energielieferant/Dezentrale Erzeugung
4.2.4	EU-Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden (2002/91/EG)	5.4.3.2 Kommunikation Smart Meter – Anschlussnutzer
4.2.5	EU-Trinkwasserrichtlinie (98/83/EG)	5.4.3.3 Kommunikation Smart Meter – EVU
4.2.6	Energieeinsparverordnung (EnEG/EnEV)	5.4.3.4 Kommunikation Smart Meter – MSB/MDL
4.2.7	Energiesteuergesetz (EnergieStG)	5.4.3.5 Schnittstellen
4.2.8	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	5.4.4 Datenerfassung
4.2.9	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	5.4.4.1 M-Bus-System
4.2.10	Erneuerbare-Energien-Wärme-Gesetz (EEWärmeG)	5.4.4.2 Wireless-M-BUS
4.2.11	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung (GWB)	5.4.4.3 Protokolle/Normen
4.2.12	Heizkostenverordnung (HeizkostenV)	5.4.5 Mögliche Übertragungstechnologien
4.2.13	Konzessionsabgabenverordnung (KAV)	5.4.5.1 Breitband
4.2.14	Konzessionsabgabenanordnung für Wasser (KAE)	5.4.5.2 Leitungsvermittelte Datenübertragung
4.2.15	Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKG)	5.4.5.2.1 PSTN (analog)
4.2.16	Liberalisierung im Zählen und Messen	5.4.5.2.2 ISDN
4.2.17	Netzentgeltverordnung (StromNEV, GasNEV)	5.4.5.3 Paketvermittelte Datenübertragung
4.2.18	Netzzugangsverordnung (Strom-NZV, GasNZV)	5.4.5.3.1 Netzwerke
4.2.19	Richtlinie zum Ökodesign von Energieprodukten	5.4.5.3.2 DSL
4.2.20	Telekommunikationsgesetz (TKG)	5.4.5.3.3 GPRS
4.2.21	Telemediengesetz (TMG)	5.4.5.3.4 Powerline Communication (PLC)
4.2.22	Wasserhaushaltsgesetz (WHG)	5.5 Status quo der Standardisierungsentwicklungen
4.2.23	Weitere	5.5.1 Automatisierte Meteringprozesse
4.3	Wesentliche Trends und Entwicklungen seit 2005	5.5.2 Technologiestandardisierung auf Zählerebene
4.4	Zusammenfassung und Fazit	5.5.3 Spartenübergreifende Arbeitsgruppe zur Standardisierung von Smart Metering Systemen und -Kommunikation
5	Technologien für Smart Metering: Einsatz und Rollout	5.5.3.1 FIGAWA 417
5.1	Einführung und Übersicht	5.5.3.2 Smart Metering Initiative Querverbund (SMIQ)
5.2	Einsatz und Gründe für den Einsatz	5.5.3.3 Open Metering (OM)
5.3	Gerätetechnik und Innovationen	
5.3.1	Zähler	
5.3.1.1	Elektronischer Haushaltszähler	

kunft (3. Auflage)

5.5.3.4	Arbeitsgruppe 1 (Primärkommunikation)	8.3	Kundenbindung	11	Trends, Chancen und Risiken bei Multi Utility
5.5.3.5	Arbeitsgruppe 2 (Tertiärkommunikation)	8.3.1	Kundensegmentierung und Kundenprofilierung	11.1	Trends
5.5.3.6	Forum Netztechnik/Netzbetrieb im VDE (FNN)	8.3.2	Kundenwertanalyse	11.1.1	Rahmenbedingungen
5.5.3.7	European Smart Metering Industry Group (ESMIG)	8.3.3	Key Account Management	11.1.2	Zielkunden
5.6	Zusammenfassung und Fazit	8.3.4	Kundenbindungsmaßnahmen	11.1.2.1	Haushaltskunden und Kleingewerbe
		8.3.5	Kundenrückgewinnung	11.1.2.2	Großgewerbe und Industrie
		8.4	Wesentliche Trends und Entwicklungen seit 2005	11.1.2.3	Öffentliche Einrichtungen
		8.5	Zusammenfassung und Fazit	11.1.2.4	Facilities
6	Produkte und Dienstleistungen	9	Markt und Marktentwicklung von Multi Utility bis 2015	11.1.3	Markttrends
6.1	Einführung und Übersicht	9.1	Einleitung	11.1.4	Produktrends
6.2	Kerngeschäftsfelder	9.2	Erläuterung zur Darstellung des Marktes und der angewandten Methodik	11.1.5	Wettbewerbstrends
6.2.1	Stromversorgung	9.3	Qualitative szenariospezifische Marktbetrachtung	11.1.6	Strategietrends
6.2.2	Gasversorgung	9.3.1	Methodik: Szenarioanalyse	11.2	Chancen und Risiken für EVU
6.2.3	Wärmeversorgung	9.3.2	Szenarien im Markt für Multi Utility bis 2015		
6.2.4	Wasserversorgung	9.3.3	Grundannahmen und Prämissen	12	Strategien
6.2.5	Telekommunikation	9.3.4	Allgemeine Grundannahmen	12.1	Sortimentsstrategien
6.2.6	Ökoprodukte	9.3.5	Überblick über szenariospezifische Annahmen	12.1.1	Horizontale Sortimentsdiversifikation
6.3	Bündelprodukte	9.3.6	Markteinflussfaktoren:	12.1.2	Vertikale Sortimentsdiversifikation
6.3.1	Strom und Gas	9.3.6.1	Treiber	12.1.3	Laterale Sortimentsdiversifikation
6.3.2	Strom, Gas und Wärme	9.3.6.2	Hemmnisse	12.2	Produktstrategien
6.3.3	Strom, Gas und Wasser	9.3.6.3	Vergleich: 2005 und aktuell	12.2.1	Produktmarken
6.3.4	Strom, Wärme und Wasser	9.4	Kennzahlen und Marktvolumen 2010	12.2.2	Produktkombinationen, Bündelungen
6.3.5	Strom, Gas, Wärme, Wasser	9.4.1	Kennzahlen	12.2.3	Produktinnovation und -entwicklung
6.3.6	Mehrsparten-Hausanschluss	9.4.2	Marktvolumen	12.2.4	Produktvariation
6.3.7	Strom und Telekommunikation	9.4.2.1	Bündelprodukte insgesamt	12.3	Preisstrategien
6.3.8	Weitere	9.4.2.2	Marktvolumen nach Kerngeschäftsfeldern	12.4	Kooperationen
6.4	Energiedienstleistungen	9.4.2.3	Marktvolumen nach Zielkunden- gruppe	12.5	Weitere strategische Überlegungen und Erfolgsfaktoren bei Multi Utility
6.4.1	Energiemanagement	9.5	Prognose der Marktentwicklungen bis 2015		
6.4.2	Contracting	9.5.1	Bündelprodukte insgesamt	13	Praxistipps
6.4.2.1	Einspar-Contracting	9.5.2	Marktvolumen nach Bündelprodukt	13.1	Business Plan: Entscheidungsgrund- lagen bei der Einführung von Multi Utility
6.4.2.2	Energieliefer-Contracting	9.5.3	Marktvolumen nach Zielkunden- gruppe	13.2	Modellumsetzung: Maßnahmenpla- nung bei der Einführung von Multi Utility
6.4.2.3	Finanzierungs-Contracting	9.6	Zusammenfassung und Fazit	13.2.1	Vorbereitungsphase
6.4.2.4	Technisches Anlagenmanagement			13.2.2	Produktstartphase
6.4.3	Facility Management	10	Wettbewerb	13.2.3	(Post-) Etablierungsphase
6.4.4	Systemdienstleistungen	10.1	Wettbewerb in der Energiewirt- schaft	13.3	Projektansatz: Projektplanung bei der Einführung von Multi Utility
6.4.5	Sonstige Energiedienstleistungen	10.2	Wettbewerb im Markt für Multi Utility	13.3.1	Entscheidungsprobleme und Frage- stellungen
6.5	Zusammenfassung und Fazit	10.3	Profile ausgewählter Anbieter von Multi Utility	13.3.2	Aufgabenstellung und Zielsetzung
7	Synergien und Geschäftsoptimie- rung	10.3.1	EnBW	13.3.3	Projektorganisation, Projektvernet- zung und Projektkommunikation
7.1	Einleitung und Übersicht	10.3.2	Enercity	13.3.4	Projektumsetzung
7.2	Synergien	10.3.3	E.ON Energie	13.3.4.1	Bestimmung von Einflussfaktoren
7.2.1	Handel und Beschaffung	10.3.4	EWS	13.3.4.2	Erarbeitung der strategischen Positionierung und Ableitung der Handlungsfelder
7.2.2	Marketing und Vertrieb	10.3.5	HSE	13.3.4.3	Auswahl und Umsetzung der Hand- lungsalternativen
7.2.3	Personalmanagement	10.3.6	Lichtblick	13.3.5	Projektcontrolling
7.2.4	Kundenservice	10.3.7	Mainova	13.4	Weitere Checklisten und Hilfen
7.2.5	Ablesung	10.3.8	MVV Energie		
7.2.6	Zählerwesen	10.3.9	N-ERGIE		
7.2.7	Förderungsmanagement	10.3.10	Rhein Energie		
7.2.8	Weitere	10.3.11	RWE Energy		
7.3	Geschäftsoptimierung	10.3.12	Stadtwerke Leipzig		
7.3.1	Besonderheiten der Geschäftsopti- mierung bei Multi Utilities	10.3.13	Stadtwerke München		
7.3.2	Ansatzpunkte für Optimierung	10.3.14	Vattenfall Europe		
7.3.3	Sourcing-Optionen nach Geschäfts- feldern	10.3.15	Weitere		
7.4	Wesentliche Trends und Entwick- lungen seit 2005				
7.5	Zusammenfassung und Fazit				
8	Anforderungen der Zielkunden und Kundenbindung				
8.1	Einleitung und Übersicht				
8.2	Anforderungen der Zielkunden				
8.2.1	Haushaltskunden und Kleingewer- be				
8.2.2	Großgewerbe und Industrie				
8.2.3	Öffentliche Einrichtungen				
8.2.4	Facilities				

Die Studie wird ca. 800 Seiten umfassen. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern. Inhaltliche Vorschläge können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes aufgenommen werden.

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. 13-0902-3) **»Multi Utility & Smart Metering: Kundenbindung der Zukunft (3. Auflage)«** zum Preis von EUR 4.900,00 und ☐ zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
- ☐ Wir bestellen vor dem **25. November 2010** und erhalten 10% Subskriptionsrabatt.
- ☐ Wir sind an einer Teilnahme am Startworkshop (Termin noch zu vereinbaren) interessiert.
- ☐ Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.
- ☐ Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **2010** zu.
- ☐ Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden.

- ☐ Erhalt dieser Disposition
☐ Internet
☐ Empfehlung durch
☐ Presseartikel in
☐ Sonstiges

ADRESSE

FIRMA

NAME

FUNKTION

STRASSE

PLZ/ORT

TEL./FAX

E-MAIL

☐ nein

Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail den Newsletter zu erhalten.

☐ nein

Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.

Datum

Unterschrift/Stempel

13-1102-350/IMÜ

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 für und in sich stark wandelnden Märkten, z.B. in den liberalisierten Energie- und Entsorgungsmärkten.

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 **»Multi Utility & Smart Metering: Kundenbindung der Zukunft (3. Auflage)«** kostet EUR 4.900,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für 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 Bestellung bis zum **25. November 2010** gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab **Februar 2011** verfügbar.



Veranstaltung zur Studie

Im Startworkshop (Termin noch zu vereinbaren) wird die Methodik der Studie dargestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit den teilnehmenden Unternehmen diskutiert. Der Startworkshop ermöglicht darüber hinaus durch den gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen.



Weitere Studien

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

- ☐ **Energiedienstleistungen bis 2020 (3. Auflage)**
geplant, ca. 800 Seiten, EUR 5.200,00
- ☐ **Der Markt für Ökostrom und Ökogas bis 2015 (4. Auflage)**
November 2010 (in Bearbeitung), ca. 900 Seiten, EUR 4.400,00
- ☐ **Kennzahlen in Messstellenbetrieb und Abrechnung (Energienlieferung und Netznutzung) (2. Auflage)**
November 2010 (in Bearbeitung), ca. 1.000 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Contracting und weitere Energiedienstleistungen in Österreich bis 2020 (2., überarbeitete und erweiterte Auflage)**
November 2010 (in Bearbeitung), ca. 1.000 Seiten, EUR 5.900,00
- ☐ **CRM bei Energieversorgern (3. Auflage)**
August 2010, 785 Seiten, EUR 4.700,00
- ☐ **No Frills: Billigtarife in der Energiewirtschaft (2. Auflage)**
Mai 2010, 971 Seiten, EUR 4.400,00
- ☐ **Der Markt für Energiedatenmanagement bis 2020**
Mai 2010, 1.492 Seiten, EUR 3.900,00
- ☐ **EVU-Berater 2010 (4. Auflage)**
Februar 2010, 877 Seiten, EUR 5.600,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
©trend:research, 2010

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

- Bremen
- Bremerhaven
- Köln
- Stuttgart

• trend:research GmbH
• HRB 19961 AG Bremen

• Parkstraße 123
• 28209 Bremen

• Tel.: 0421 . 43 73 0-0
• Fax: 0421 . 43 73 0-11

• www.trendresearch.de
• info@trendresearch.de

• Deutsche Bank
• Sparkasse Bremen

• BLZ 290 700 24
• BLZ 290 501 01

• Konto 239 0839
• Konto 802 8409