



Der Markt für Messstellenbetrieb bei Industrie- und Gewerbekunden bis 2020

Potenziale und Strategien für Marktakteure

Die aktuell erstellte Studie umfasst **968 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

trend:research.de

- Auswirkungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen wie MessZV, Marktkommunikation etc.
- Messstellenbetrieb (MSB) und Prozesse im Bereich Industrie- und Gewerbekunden
- Geschäftsmodelle für Messstellenbetrieb und Messdienstleistung MDL)
- Kennzahlen, Kosteneffizienz und Angebot weiterführender Energiedienstleistungen
- Marktvolumen und Marktentwicklung bis 2020
- Trends, Chancen und Risiken für Messstellenbetreiber, Industrie- und Gewerbekunden
- Strategien zur Positionierung auf dem Markt für MSB

Mit der Liberalisierung des Zähl- und Messwesens ist der Markt für Messstellenbetrieb und Messdienstleistung für Dritte geöffnet worden. Industrie- und Gewerbekunden treten zunehmend stärker als Zielkundengruppe in den Fokus der Messstellenbetreiber (siehe Abbildung links), denn diese Zielkunden sind angesichts steigender Energieeffizienzanforderungen und zunehmend steigenden Kostendrucks darauf bedacht, den Energieverbrauch zu optimieren – ein Ziel, das nur über die Transparenz der Verbrauchsstrukturen zu erreichen ist. Die Wahl eines neuen Messstellenbetreibers, der ggf. neben niedrigeren Entgelten auch zusätzliche Energiedienstleistungen - zugeschnitten auf die jeweiligen spezifischen Kundenanforderungen – anbietet, wird daher attraktiver für Industrie- und Gewerbekunden.

Größtes Hemmnis dieses Marktes ist jedoch zurückhaltende Auseinandersetzung industrieller bzw. gewerblicher Kunden mit dem Thema Messstellenbetrieb. Das Aufkommen neuer Technologien, insbesondere Smart Metering, stellt hingegen einen wesentlich treibenden und entscheidenden Marktfaktor im Messstellenbetrieb dar.

Die Kenntnis der Kundenanforderungen ermöglicht die Konzeption geeigneter Leistungsangebote. Dabei spielt die Transparenz des Energieverbrauchs als Anforderung von Industrie- und Gewerbekunden eine übergeordnete Rolle.

Die Studie verschafft einen detaillierten Überblick über den Markt für Messstellenbetrieb bei Industrie- und Gewerbekunden und stellt Einflussfaktoren und zukünftig zu erwartende Entwicklungen dar. Des Weiteren wird umfangreiches Erfahrungswissen für Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Auf- bzw. Ausbau der Positionierung im Markt für Messstellenbetrieb geliefert. Folgende Fragestellungen werden in der Studie beantwortet (Auswahl):

- Welche gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen sind im Markt zu beachten?
- Welche Hemmnisse behindern aktuell und zukünftig die aktive Markterschließung für Messstellenbetrieb und Messdienstleistung im Segment der Industrie- und Gewerbekunden, welche Markttrierer gibt es?
- Welche Strategien verwenden Marktakteure aktuell?
- Welche Geschäftsmodelle eignen sich unter den gegebenen Rahmenbedingungen für den Einstieg als Messstellenbetreiber bzw. Messdienstleister?
- Wie stellt sich aktuell der Wettbewerb dar, wie wird er sich bis 2020 entwickeln?
- Welche Unternehmen bereiten sich auf eine Positionierung im Segment Industrie- und Gewerbekunden Markt für Messdienstleistungen vor?

Wer sind Ihrer Ansicht nach im Markt für Messstellenbetrieb im luG-Segment aktuell und in Zukunft die wichtigsten Zielkunden nach Anzahl Kunden?

(Anbieter, n=20)

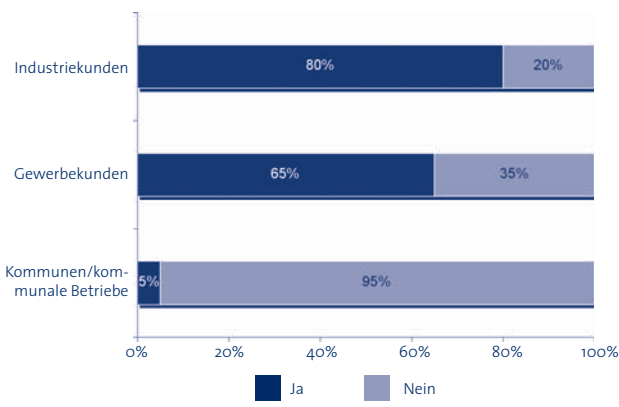


Abbildung 1: Wesentliche Zielkunden im Markt für Messstellenbetrieb (Quelle: trend:research, 2011)

Der Markt für Messstellenbetrieb bei Industrie- und Gew

Inhalt der Studie

1	Executive Summary	88	4.4.1	Entwurf Messgerätegesetz	307
			4.4.2	Angebot lastvariabler / tageszeitabhängiger Tarife	308
2	Management Summary	95	4.4.3	Turnusverkürzung Ablesung/Abrechnung	315
			4.4.4	Drittes (Viertes) EU-Binnenmarktpaket	317
			4.4.5	Weitere Entwicklungen bei Zählertechnologien	333
3	Einführung, Methodik und Definitionen	135	4.4.5.1	Smart Metering	333
3.1	Einführung und Problemstellung	136	4.4.5.2	EDL-Zähler („EDL21-Zähler“)	336
3.2	Ziele und Nutzen der Studie	137	4.4.5.3	Feedback Anwendungen	338
3.3	Inhalt und Vorgehensweise	142			
3.4	Methodik und Studiendesign	146			
3.5	Begriffsdefinitionen	153			
3.5.1	Zähler	153			
3.5.2	Smart Metering	154			
3.5.3	Zählerfernauslesung (ZFA)	156			
3.5.4	Advanced Metering Infrastructure (AMI)	157	5	Zielkunden und Marktakteure im Messstellenbetrieb	340
3.5.5	Messstellenbetreiber	158	5.1	Industrie- und Gewerkekunden	341
3.5.6	Messdienstleister	159	5.1.1	Bergbau und Rohstoffgewinnung	343
3.5.7	Ablesung/Messung	160	5.1.2	Chemische Industrie	347
3.5.8	Abrechnung/Billing	163	5.1.3	Automobilindustrie	349
3.5.9	Energiedienstleistungen	164	5.1.4	Papier- und Druckindustrie	351
3.5.10	Smart Grids	167	5.1.5	Industrieparks	351
3.5.11	Industrie- und Gewerkekunden	168	5.2	Gewerbe und Handel	358
3.5.11.1	Abgrenzung Industrie- und Gewerkekunden	168	5.2.1	Baugewerbe	358
3.5.11.2	Standardlastprofil (SLP)	169	5.2.2	Grundstücks- und Immobilienwirtschaft	359
3.5.11.3	Registrierende Leistungsmessung (RLM)	169	5.2.3	Handel	363
3.6	Abgrenzung	169	5.2.4	Gesundheitswesen	365
3.6.1	Prozessual	170	5.2.5	Tourismus- und Gastgewerbe	367
3.6.1.1	Zählen	171	5.3	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	370
3.6.1.2	Messen	173	5.3.1	Städte und Gemeinden	371
3.6.1.3	Abrechnen	174	5.3.2	Erziehung und Bildung	381
3.6.2	Organisatorisch	175	5.4	EEG-Einspeiser	384
3.6.2.1	Messstellenbetreiber	175	5.2	Marktakteure	387
3.6.2.2	Messdienstleister	176	5.2.1	Erzeuger	387
3.6.2.3	Abrechnungsdienstleister	177	5.2.2	Händler/ Lieferanten	387
			5.2.3	Messstellenbetreiber	389
			5.2.4	Messdienstleister	390
			5.2.5	Verteilnetzbetreiber	390
			5.2.6	Anschlussnehmer	392
			5.2.7	Anschlussnutzer	393
			5.2.8	Marktauftritt des Anbieters	394
4	Rahmenbedingungen	180		Aufgaben und Verantwortlichkeiten in Messstellenbetrieb und Messdienstleistung	396
4.1	Energetische Rahmenbedingungen	180	5.3.1	Messstellenbetrieb	396
4.1.1	Märkte	180	5.3.1.1	Prozessziele und Prozessablauf	396
4.1.1.1	Strommarkt	180	5.3.1.2	Zulassung als MSB	397
4.1.1.2	Gasmarkt	182	5.3.2	Messdienstleistungen	398
4.1.1.3	Fernwärmemarkt	185	5.3.2.1	Prozessziele und Prozessablauf	398
4.1.1.4	(Strom-)Preiszusammensetzung als Regulierungsargument	188	5.3.2.2	Zulassung als MDL	401
4.1.1.5	Netzstruktur: Strom- und Gasnetze	191	5.3.3	Rechte und Pflichten von MSB/MDL in Lieferantenwechsel und Marktpartnerkommunikation	402
4.1.1.5.1	Stromnetzstruktur in Deutschland	192	5.3.4	Energiedatenmanagement	404
4.1.1.5.2	Gasnetzstruktur in Deutschland	198	5.3.5	Kundenservice	405
4.2	Rechtliche Rahmenbedingungen im Zählerwesen	205	5.4	Vertragskonstellationen	406
4.2.1	Energetisches Rahmengesetz	205	5.4.1	Vertragsarten	406
4.2.1.1	Unbundling	210	5.4.1.1	Netzanschlussvertrag	407
4.2.1.2	Bundesnetzagentur	214	5.4.1.2	Netznutzungsvertrag	408
4.2.1.2.1	GPKE	216	5.4.1.3	Bilanzkreisvertrag	409
4.2.1.2.2	GeLi Gas	218	5.4.1.4	Lieferanten-/Händlerrahmenvertrag	410
4.2.1.2.3	GABI Gas	220	5.4.1.5	Energieliefervertrag (All inclusive- Vertrag)	410
4.2.1.2.4	MaBiS	223	5.4.1.6	Messstellenvertrag/Messstellenrahmenvertrag	411
4.2.1.2.5	WiM	226	5.4.1.7	Messvertrag/Messrahmenvertrag	413
4.2.2	Netzzugangsverordnung	228	5.4.1.8	Dienstleistungsvertrag (Messstellenbetrieb)	414
4.2.2.1	Stromnetzzugangsverordnung (StromNZV)	229	5.4.1.9	Dienstleistungsvertrag (Messdienstleistung)	416
4.2.2.2	Gasnetzzugangsverordnung (GasNZV)	234	5.4.2	Integrierte Verträge	417
4.2.3	Netzentgeltverordnung	240	5.4.2.1	Überblick	418
4.2.3.1	Stromnetzentgeltverordnung (StromNEV)	243	5.4.2.2	Integrierter Energieliefer-/MSB- Vertrag	418
4.2.3.2	Gasnetzentgeltverordnung (GasNEV)	247	5.4.2.3	Integrierter Energieliefer-/MDL- Vertrag	419
4.2.4	Anreizregulierung	252	5.4.2.4	Integrierter MSB-/MDL- Vertrag	420
4.2.5	Grundversorgungsverordnung	255	5.4.2.5	Integrierter Netzanschluss-/MSB- Vertrag	421
4.2.5.1	Abrechnungsperioden und Energieeffizienz	256	5.4.2.6	Chancen und Risiken integrierter Verträge	422
4.2.5.2	Zulässigkeit von Sperrungen	257	5.4.3	Desintegrierte Verträge	424
4.2.5.3	Sperrfristen	258	5.4.4	Weitere Aspekte	425
4.2.5.4	Ersatzversorgung	259	5.4.4.1	Vertragslaufzeiten	425
4.2.5.5	Vertragsstrafen	260	5.4.4.2	Diskriminierungsfreiheit	426
4.2.5.6	Zumutbarkeit der Selbstablesung	260			
4.2.6	Gesetze und Verordnungen zum Messwesen	261	6	Organisationsstrukturen und Geschäftsvorfälle im Messstellenbetrieb	428
4.2.6.1	Konzessionsabgabeverordnung	261	6.1	Differenzierung: Eigen- und fremdbelieferte Kunden	428
4.2.6.2	Europäische Messgeräte Richtlinie (MID)	263	6.2	Organisationsmodelle	434
4.2.6.3	Eichgesetz und Eichordnung	266	6.2.1	Organisationsanforderungen	439
4.2.6.4	MeteringCode 2006	269	6.2.2	Überblick und Prämissen	444
4.2.6.5	Richtlinie Datenaustausch und Mengenbilanzierung (DuM)	273	6.2.2.1	Interne Erbringung für Netzbetrieb	445
4.2.6.6	Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU)	274	6.2.2.2	Marktgang als EVU	446
4.2.6.7	Leistungsbeschreibung für Messung und Abrechnung der Netznutzung	275	6.2.2.3	Marktgang durch Ausgründung	447
4.2.6.8	DVGW-Arbeitsblatt G2000	277	6.2.2.4	Messstellenbetrieb als Shared Services	448
4.2.6.9	Technische Anschlussbedingungen	279	6.3	Messstellenbetrieb integriert oder desintegriert?	449
4.2.7	Befragungsergebnisse	281	6.3.1	Messstellenbetrieb integriert im Netz	449
4.2.8	Erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Klimaschutz	284	6.3.2	Messstellenbetrieb integriert im Vertrieb	450
4.2.8.1	Politische Grundhaltung zum Klimaschutz	284	6.3.3	Messstellenbetrieb selbstständig	452
4.2.8.2	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz	287	6.3	Bewertung	452
4.2.8.3	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	290	6.3.1	Grundlagen und Ansätze zur Ermittlung und Bewertung von Geschäftsmodellen	453
4.2.8.4	Gesetz zur Förderung der Kraft-Wärme-Kopplung (KWKG, KWKModG)	292	6.3.2	Bewertungsmatrix	457
4.2.8.5	Energieeinsparverordnung (EnEV)	296	6.4	Geschäftsmodelloptionen	460
4.2.9	Exkurs: Das Energiekonzept der Bundesregierung	300			
4.3	Entwicklung der Bautätigkeit im Nichtwohngebäuden	304			
4.4	Entwicklungslinien ab 2011	307			

Ziel und Nutzen der Studie

Neben differenzierten Aussagen über die rechtliche Ausgangssituation und mögliche Geschäftsmodelle erfolgt insbesondere eine detaillierte Analyse des Marktes sowohl für Messstellenbetrieb als auch für Messdienstleistung im Segment der Industrie- und Gewerkekunden. Auf der Basis einer umfangreichen Befragung von Energieversorgern, Messstellenbetreibern und Messdienstleistern sowie Industrie- und Gewerkekunden und einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen im Markt für Messstellenbetrieb und Messdienstleistung werden strategische und operative Entscheidungen unterstützt und Empfehlungen zum Auf- und Ausbau der eigenen Marktposition gegeben bzw. Handlungsoptionen für Messstellenbetreiber dargestellt.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) fließen für die Potenzialstudie 38 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorger
- Netzbetreiber
- Messstellenbetreiber und Dienstleister im Zählen und Messen
- Industrie- und Gewerkekunden, Städte und Kommunen
- Experten (Verbände, Institutionen usw.)

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Experten-gespräche erarbeitet. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Markt, Wettbewerb, Trends sowie Strategien.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern, Netzbetreibern und Vertriebsgesellschaften sich aktiv zu positionieren sowie (neu auftretenden) Messstellenbetreibern und Messdienstleistern, zukünftige Potenziale in den relevanten Kundengruppen einzuschätzen und die eigene Strategie bzw. das eigene MSB-/MDL-Angebot vor diesem Hintergrund auszurichten. Der Nutzen ergibt sich z. B. für Vorstände, Geschäftsführer, Netzbetrieb, Vertrieb, Strategie, Planung und Entwicklung, Leiter Zählerwesen, Zählerfernauslesung und Ablesung.

Werbekunden bis 2020

6.4.1	Messstellenbetrieb als „Stand alone- Produkt“	461	8.3	Alleinstellungsmerkmale als MSB	622	10.2.3	Marktbarrieren zur Beschränkung und Ver-	
6.4.2	Messstellenbetrieb zur Verbesserung des Deckungsbeitrags / als Added Value	464	8.3.1	Produktdifferenzierung	626		hinderung von Wettbewerb	781
6.4.3	Messstellenbetrieb als integrierte Leistung	467	8.3.2	Zielgruppenspezifische Produkte und Dienstleistungen	627	10.2.4	Wettbewerbsentwicklung und Wettbewerbsdynamik	782
6.4.4	Messstellenbetrieb zur Technologieumsetzung	471	8.3.3	Geografische Nähe	631	10.3	Befragungsergebnisse zur Wettbewerbssituation	786
6.5	Geschäftsvorfälle im Messstellenbetrieb	475	8.3.4	Kundenzugang	632			
6.5.1	Vertriebsinitiation und Kundenakquise	475	8.3.5	Preis	633	10.4	Profile ausgewählter (potenzieller) Wettbewerber	800
6.5.2	Wechsel des MSB	479	8.4	Ausgewählte Maßnahmen für die Kundenbindung von Industrie- und Gewerkekunden	635	10.4.1	24/7 United Billing GmbH	800
6.5.2.1	Übernahme von Messstellen	482	8.4.1	Branchenadäquate Kundenansprache	638	10.4.2	co.met GmbH	805
6.5.2.2	Lieferantenwechsel	484	8.4.1.1	...in der Industrie	639	10.4.3	COUNT+CARE GmbH	809
6.5.2.3	Netzbetreiberwechsel	486	8.4.1.2	...in Gewerbe und Handel	640	10.4.4	ENOMETRIK Gesellschaft für Messdienstleistungen mbH	813
6.5.3	Weitere Geschäftsvorfälle	490	8.4.1.3	...in Kommunen und kommunalen Betrieben	641	10.4.5	eX2015 Energiegesellschaft mbH & Co. KG	816
6.5.3.1	Entscheidung über eingesetzte Zähler und Zählertechnologien	490	8.4.2	Messstellenbetrieb als Nebenprodukt	642	10.4.6	ENSECO GmbH	818
6.5.3.2	Tarifwechsel	491	8.4.3	Messstellenbetrieb als Energieeffizienzmaßnahme	642	10.4.7	semeco GmbH	825
6.5.3.3	Durchführung der (De-)Montage	494	8.4.4	Messstellenbetrieb als Kostensenkungsmaßnahme	643	10.4.8	swb Messung und Abrechnung GmbH (metaCount)	828
6.5.3.4	Durchführung von Prüfung und Eichung	495	8.5	Marktpotenziale im Messstellenbetrieb für Industrie- und Gewerkekunden	645	10.4.9	Tengelmann Energie GmbH	833
6.5.3.5	Inkasso und Sperrkassierung	496	8.5.1	Überblick über Kostenanteile im Messstellenbetrieb (inkl. Messdienstleistung)	645	10.4.10	VOLTARIS GmbH	836
6.5.3.6	Durchführung der Messung: Turnus-/ Zwischenablesung	499	8.5.2	Marktpotenziale im Messstellenbetrieb	647	10.4.11	Watt Synergia GmbH	841
6.5.3.7	Durchführung der Abrechnung der Energielieferung	506	8.5.2.1	Kosten- und Preisstruktur	647	10.4.12	Yello Strom GmbH	843
6.5.3.8	Durchführung der Abrechnung der Netznutzungsentgelte	510	8.5.2.2	Dauer ausgewählter Prozesse	650	11	Strategien	847
6.5.4	Spartenspezifische Besonderheiten	512	8.5.2.3	Personaleinsatz	651	11.1	Überblick	848
7	Produkte, Dienstleistungen und Technologien	515	8.5.3	Marktpotenziale in der Messdienstleistung	652	11.1.1	Grundsätze	848
7.1	Produkte und Dienstleistungen	516	8.5.3.1	Leistungsumfang	653	11.1.2	Strategische Grundhaltung	849
7.1.1	Messstellenbetrieb	516	8.5.3.2	Kosten- und Preisstruktur	655	11.2	Einfluss der rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die Strategie	852
7.1.1.1	Bedarfsermittlung	529	8.5.3.3	Personalstruktur	661	11.3	Strategische Relevanz der Unternehmensgröße	860
7.1.1.2	Beschaffung	530	8.5.4	Marktpotenziale bei Energiedienstleistungen/ „Added Value“- Leistungen	663	11.4	Erfolgsfaktoren	862
7.1.1.3	Logistik/Lagerung	532	8.6	Kostensenkungspotenziale	667	11.4.1	Strategische Erfolgsfaktoren	862
7.1.1.4	Montage/Demontage/Wechsel	533	9	Marktentwicklung 2009 bis 2020	671	11.4.2	Operative Erfolgsfaktoren	862
7.1.1.5	Sicherstellung der Zählerkommunikation	533	9.1	Einleitung	673	11.5	Strategische Handlungsoptionen für MSB/ Netzbetreiber	865
7.1.1.6	Störungsmanagement	533	9.2	Methodik	676	11.5.1	Passiver Marktauftritt: Nicht-Handeln der Netzbetreiber	865
7.1.1.7	Sperrung	534	9.3	Definition der Szenarien	680	11.5.2	Neutraler Marktauftritt: Handeln auf Anforderung	868
7.1.1.8	Prüfung und Eichung	535	9.3.1	Szenario 1 (degressives Szenario)	680	11.5.2.1	Positionierung gegenüber Anfragen von Areal- / Objektnetzbetreibern	868
7.1.2	Messdienstleistung	537	9.3.2	Szenario 2 (Referenzszenario)	681	11.5.2.2	Bilanzkreissicherung bei liberalisiertem Zählen und Messen	873
7.1.2.1	Planung Ableszeitraum	537	9.3.3	Szenario 3 (progressives Szenario)	683	11.5.2.3	Zählen und Messen	875
7.1.2.2	Terminierung	538	9.4	Grundannahmen und Prämissen	684	11.5.3	MSB-Beistellung	875
7.1.2.2.1	Ablesung/Auslesung	540	9.4.1	Definition und Abgrenzung	684	11.5.3.1	Aktiver Marktauftritt: Handeln auf Eigeninitiative	880
7.1.2.2.2	Ablesung vor Ort	540	9.4.2	Allgemeine Grundannahmen	686	11.5.3.2	Ausgründungs- und Positionierungsszenarien	880
7.1.2.2.3	Kundenselbablesung	541	9.4.2.1	Bevölkerungsentwicklung	686	11.5.3.3	Aufbau von Marktbarrieren	881
7.1.2.2.4	Zählerfernauslesung	542	9.4.2.2	Konjunkturelle Entwicklung	687	11.6	Wettbewerbsoffensives Gegenverhalten	883
7.1.2.2.5	Smart Metering	543	9.4.2.3	Energiepreise	689	11.6.1	Strategieumsetzung	886
7.1.2.3	Einspielen der Zählerstände	545	9.4.2.4	Weitere	690	11.6.1.1	Beispiel Vertrieb	886
7.1.2.4	Bereitstellung plausibilisierter Zählerstände gegenüber anderen Marktakteuren	548	9.4.3	Szenariospezifische Prämissen	692	11.6.1.2	Potenzielle Kunden/Zielgruppen	886
7.1.3	Energiedatenmanagement	548	9.4.3.1	Wirtschaftliche Prämissen	692	11.6.1.3	Potenzielle Produkte/Dienstleistungen	887
7.1.4	Energiedienstleistungen/„Added Value“-Leistungen	549	9.4.3.2	Energiewirtschaftliche und energierechtliche Prämissen	695	11.6.1.3.1	Möglichkeiten des Marktauftritts	888
7.2	Technologien	554	9.4.3.3	Prämissen für Messstellenbetrieb und Messdienstleistungen	698	11.6.1.4	Selbsterstellung oder Kooperation	888
7.2.1	Zählertechnologien	554	9.4.3.4	Technologische Prämissen	702	11.6.1.5	Möglichkeiten der Marktbearbeitung	890
7.2.1.1	eHZ – elektronischer Haushaltszähler	554	9.5	Der Markt für Messstellenbetrieb 2009 bis 2020	706	11.6.1.5	Weitere	890
7.2.1.2	tLZ – taktischer Lastgang-Zähler (SyM ²)	556	9.5.1	Markttreiber	706	11.6.2	Beispiel Kooperationen und Partnerschaften	891
7.2.2	Lösungen zur Zählerablesung	558	9.5.2	Markthemmisse	711	12	Trends, Chancen und Risiken	894
7.2.2.1	Mobile Datenerfassung (MDE)	558	9.5.3	Basisdaten in 2009	712	12.1	Trends	895
7.2.2.2	Scanner/Barcode	560	9.5.3.1	Anzahl installierter Zähler im Kundensegment	712	12.1.1	Trends bei Messstellenbetreibern	896
7.2.2.3	Lösungen zur Kundenselbablesung	561	9.5.3.2	Preise und Kosten der Zähler	715	12.1.2	Trends bei Nachfragern	900
7.2.2.4	Lösungen zur Fernablesung im Nahbereich	564	9.5.3.2.1	Preise und Kosten der Zähler für Kunden mit Standardlastprofil	716	12.1.2.1	Industrieunternehmen	901
7.2.3	Datenübertragungswege im Zählen und Messen	565	9.5.3.2.2	Preise und Kosten der Zähler für Kunden mit registrierender Leistungsmessung	717	12.1.2.2	Gewerbe und Handel	902
7.2.3.1	Funkbasierte Übertragungswege	566	9.5.3.3	Kundenwechselrate und Kostensenkungspotenziale	718	12.1.2.3	Kommunen und kommunale Betriebe/Liegenschaften	904
7.2.3.2	Kabelbasierte Übertragungswege	573	9.5.4	Marktvolumen	720	12.1.2.4	Weitere Nachfragerrends	906
7.2.4	Systemlösungen in der „konventionellen“ Zählerfernauslesung	580	9.5.4.1	Marktsegmentierung und Marktsegmentierung	721	12.1.3	(Energie-)Wirtschaftliche Trends	907
7.2.4.1	Kamstrup Ellipse	580	9.5.4.2	Gesamtmarkt Zählen und Messen	722	12.1.4	Strategietrends	908
7.2.4.2	Derago Zählerfernauslesung (MZE-ZFA)	581	9.5.4.3	Teilmarkt Messdienstleistungen	723	12.1.5	Markttrends	910
7.2.4.3	Internet- Metering iMEGA von Landys+Gyr	582	9.5.4.4	Teilmarkt: Messstellenbetrieb	724	12.1.6	Wettbewerbstrends	913
7.2.4.4	Skalar von Görlitz	582	9.5.4.5	Teilmärkte: Geografische Verteilung	728	12.2	Chancen und Risiken	915
7.2.4.5	Drahtlose Sensornetze und Medienzugriffsprotokoll »Slotted MAC« vom Fraunhofer Institut für Integrierte Schaltungen IIS (lizenziert von VERAUT-Verfahrens- und Automationstechnik GmbH)	584	9.5.5	Marktentwicklung bis 2020	734	12.2.1	Chancen und Risiken für Messstellenbetreiber und Messdienstleister	915
7.2.4.6	Powel ASA: ELIN und MDMS	586	9.5.5.1	Installierte Zähler nach Szenarien bis 2020	734	12.2.2	Chancen und Risiken für Energieversorger	918
7.2.5	Systemlösungen im Smart Metering	588	9.5.5.2	Preisentwicklung nach Szenarien bis 2020	737	12.2.3	Sonstige Chancen und Risiken	923
7.3	Einsatz von Smart-Metern im Kundensegment	594	9.5.5.3	Marktvolumen nach Szenarien bis 2020	739	13	Ausblick	926
7.4	Zusammenführung, Schlussfolgerungen und Empfehlungen	597	9.5.5.4	Kundenwechselrate und Kostensenkungspotenziale bis 2020	746	13.1	Einleitung	927
8	Marktpotenziale und Anforderungen bei Industrie- und Gewerkekunden	602	9.6	Fazit und Schlussfolgerungen	749	13.2	Die Energiewirtschaft in 2020	928
8.1	Anforderungen der Kunden an den Messstellenbetrieb	604	10	Wettbewerb	752	13.3	Abrechnung in 2020	930
8.1.1	...aus der Industrie	605	10.1	Wettbewerbsstrukturen	753	13.4	Messstellenbetrieb in 2020	936
8.1.2	...aus Gewerbe und Handel	610	10.1.1	Wettbewerb im Strommarkt	753	13.5	Ablesung/ Messdienstleistungen in 2020	940
8.1.3	...aus Kommunen und kommunalen Betrieben	613	10.1.2	Wettbewerb im Gasmarkt	761	14	Abbildungsverzeichnis	946
8.2	Wechselbereitschaft der Industrie- und Gewerkekunden	618	10.2	Wettbewerb bei Messstellenbetrieb und Messdienstleistungen	773	15	Tabellenverzeichnis	965
8.2.1	...in der Industrie	618	10.2.1	Wettbewerbsebenen in Teilprozessen MSB und MDL	773			
8.2.2	...in Gewerbe und Handel	620	10.2.1.1	Energiedienstleistungen / „Added Value“	777			
8.2.3	...in Kommunen und kommunalen Betrieben	620	10.2.2	Wettbewerbsausprägung	778			
			10.2.2.1	Bekanntheit von Wettbewerbern	778			
			10.2.2.2	Schlussfolgerungen	781			

Die Studie umfasst 968 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung können sich Inhalte sowie Seitenzahlen noch leicht ändern.

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. 13-0226) »Der Markt für Messstellenbetrieb bei Industrie- und Gewerbetunden bis 2020« zum Preis von EUR 4.400,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis 2011 zu.
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **Zählerwesen, Abrechnung und Kundenservice** zu.

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 _____ 14-0501-349/IH

trend:research

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktfor- schungsstudien 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, aufberei- tet 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 Untersu- chungen an über 90% der größeren EVU und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.

Konditionen

Die Potenzialstudie »Der Markt für Messstellenbetrieb bei Industrie- und Gewerbetunden bis 2020« kostet EUR 4.400,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwen- dung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,- pro Kopie zur Verfügung.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwert- steuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck inner- halb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

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

Weitere Studien

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

- Netzdienstleistungen (Strom) in Deutschland bis 2020 (3. Auflage)**
In Bearbeitung, ca. 900 Seiten, EUR 4.300,00
- Netzorientiertes Lastmanagement: Technologien, Potenzi- ale, Fallbeispiele**
Oktober 2010, 784 Seiten, EUR 4.200,00
- Smart Home 2.0 – Intelligente Mess- und Kommunikati- onssysteme in Gebäudetechnik und Energiewirtschaft**
Juli 2010, 1.420 Seiten, EUR 4.900,00
- Smart Grids in Europa bis 2030 – Die Zukunft intelligenter Stromnetze: Anforderungen, Technologien, Marktpoten- ziale**
Juni 2010, 1.074 Seiten, EUR 7.500,00
- Smart Metering (3. Auflage)**
Mai 2010, 1.397 Seiten, EUR 4.900,00
- Smart Grids (2. Auflage) – Die Zukunft intelligenter Strom- netze**
Dezember 2009, 1.007 Seiten, EUR 4.200,00
- Regel- und Ausgleichsenergie (3. Auflage)**
Dezember 2009, 1.126 Seiten, EUR 4.900,00
- Marktkommunikation in der Energiewirtschaft – Regulie- rung und Standardisierung von Geschäftsprozessen**
geplant, ca. 600 Seiten, EUR 4.900,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
©trend:research, 2011