

Potentialstudie

Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt

Neue Zählertechnologien und Lastprofile

➔ **Über 420 Seiten aktuelles Wissen zum Wettbewerb** ←

- ↘ Rahmenbedingungen
- ↘ Szenarien, Marktentwicklungen
- ↘ Erfahrungen aus dem Ausland
- ↘ Neue Technologien: Chipkarten
- ↘ (Synthetische) Lastprofile

- ↘ Chancen und Risiken
- ↘ Trends in Markt, Technologien
- ↘ Wettbewerb
- ↘ Strategieoptionen, Ausblick
- ↘ Marketing und Kundenbindung

Der Wettbewerb im Elektrizitätsmarkt kommt - viel schneller als viele dachten - nun auch zu den Privatkunden.

Die für viele EVU bisher profitabelste Kundengruppe wird dabei Ziel vor allem neuer Wettbewerber mit Handels-Know-how sowie der großen EVU, die mit hohem Aufwand Marken etablieren, Datenbanken aufbauen, Werbekampagnen fahren und in neue Zählertechnologien und (Kunden-)Informationssysteme investieren.

Auf Verbandsebene wird - insbesondere von den Verbundunternehmen und teilweise umstritten - intensiv an „synthetischen“ bzw. „standardisierten“ Lastprofilen gearbeitet; in der alten Systematik „Tarifkunden“ für Haushalte und Gewerbe. Versorgerwechsel und Durchleitung sollen mit der neuen Verbändevereinbarung einfacher werden und weitere offene grundsätzliche Fragen (Eigentum, Ablesung, Abrechnung, usw.) werden derzeit geklärt.

Aus dem Ausland, z.B. England oder Skandinavien, ist bekannt, daß bereits seit Monaten erfolgreich Lastprofile eingesetzt werden und seit Jahren Chipkartensysteme im Einsatz sind; dabei (1) der Aufwand bei der Realisierung jedoch stark unterschätzt wurde und (2) sowohl die Kundenbindung als auch die Akquisition von Neukunden unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilt werden muß.

TrendResearch unterstützt die Unternehmen der Energiewirtschaft beim Wandel durch aktuelle, gezielte und strategische Informationen mit hohem Wert. In der überarbeiteten 2. Auflage der Studie „Neue Zählertechnologien und -systeme“ (s. u. Pressestimmen) wurden weitere Kapitel wie synthetische Lastprofile, Szenarien sowie Marketing und Kundenbindung hinzugefügt.

- ? Wie funktioniert das: Stromkaufen im Supermarkt oder im Internet?
- ? Wie weit sind die (rechtlichen) Rahmenbedingungen?
- ? Welche Systeme, Technologien und Hersteller gibt es?
- ? Welche Vor- und Nachteile hat das System für den Kunden?
- ? Wie können Kunden gebunden, wie gewonnen werden?
- ? Welche Vor- und Nachteile ergeben sich für die EVU?
- ? Welche Erfahrungen wurden in bereits liberalisierten Märkten gemacht? Wie ist dort die Akzeptanz bei den Kunden?
- ? Wie weit ist die Technologie? Welche Pilotprojekte gibt es im Ausland, welche in Deutschland?
- ? Welche Chancen und Potentiale, welche Risiken ergeben sich für Energieversorgungsunternehmen, für Zähler- und Kartenhersteller sowie für Dienstleistungsunternehmen?
- ? Wie groß sind die Märkte, wie hoch sind die Investitionen, die getätigt werden müssen?
- ? Welche Strategieoptionen gibt es und welche Strategie muß ein Unternehmen einschlagen, um erfolgreich zu sein?
- ? Welche langfristigen Entwicklungen sind zu erwarten?

Die vorliegende, über 420 Seiten umfassende Studie gibt Antworten auf diese und weitere Fragen. Sie zeigt die Entwicklungen und Trends auf und liefert die Informationen und Hintergründe, die zwingend notwendig für die Unternehmen sind, die langfristig im Markt überleben wollen.

Pressestimmen zur 1. Auflage:

„TrendResearch International hat eine Studie herausgegeben, in der die Chancen und Risiken für neue Zählertechnologien und -systeme aufgezeigt werden... Die Studie zeigt, daß einige Marktteilnehmer sehr weit fortgeschrittene Überlegungen und Aktivitäten haben, der Nachholbedarf bei den meisten Unternehmen sehr hoch ist.“ *Elektrizitätswirtschaft* 9/99

„Strom vom Supermarkt - aber wie? ... Kein Problem, fand das Marktforschungsinstitut TrendResearch International heraus... Erfahrungen aus England zeigen, daß die Stromkunden mit dem Chipkartensystem hoch zufrieden sind.“ *TAM* 5/99

„Den Anschluß nicht verpassen... Der Wettbewerb könnte bald auch die Tarifkunden erfassen.“ *ZfK* 3/99

**value
through
information.**

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt einen fundierten Einblick in die aktuellen Entwicklungen im Bereich Privatkunden-Wettbewerb im Strommarkt. Dabei werden neue Technologien ebenso betrachtet wie Erfahrungen aus bereits liberalisierten Märkten sowie die notwendigen Kundenbindungs- und Marketing-Strategien und -Maßnahmen.

Die Studie ermöglicht eine Fokussierung von unternehmerischen Aktivitäten der Marktteilnehmer: der EVUs, der Dienstleister, aber auch der Zählerhersteller, da neue Zählertechnologien - insbesondere im Bereich Smart-Card- / Chipkarten-Zähler - ein Schwerpunkt der Untersuchung sind.

Die umfangreiche Analyse der Kundenanforderungen heute und morgen ist Basis für zielgerichtet und kundenorientiert getätigte Investitionen in Entwicklung, Marketing und Vertrieb. Daraus entsteht das System der Zukunft. Die Befragung und Analyse der Technologie-Anbieter zeigt die unterschiedlichen Strategien und die Erfolgsfaktoren auf, aber auch Defizite und Schwächen.

Natürlich hat jedes Unternehmen eine eigene Ausgangssituation; aber es gibt allgemeingültige und auf alle übertragbare Fakten, denen sich im liberalisierten Markt kein Wettbewerber verschließen kann. Diese Fakten werden mit dieser Studie klar herausgearbeitet.

An wen sich die Studie richtet:

Die Potentialstudie hilft folgenden Unternehmen, sich im Markt zu positionieren, zukünftige Entwicklungen und Potentiale einzuschätzen und die Marktposition auf- bzw. auszubauen oder zu verbessern:

- ⇨ EVU (Strom, Gas) ⇨ Zählerhersteller
 - Verbundunternehmen ⇨ Kartenhersteller
 - Regionalversorger ⇨ Investoren / Banken
 - Stadtwerke ⇨ neue Wettbewerber
 - neue Wettbewerber ⇨ Händler / Distributoren
- ⇨ Dienstleister

Dabei nutzen Vorstände, Geschäftsführung, Unternehmens-/ Konzernplanung / strategie und -entwicklung, Vertrieb, Marketing, aber auch FuE-Abteilungen die Informationen aus der Studie.

Wissen ist Macht: Ohne aktuelle strategische Informationen über Trends in Technologie und Gesetze, Markt und Wettbewerb sowie die Strategien der Wettbewerber ist kein Unternehmen in der Lage, mit den Entwicklungen im Wettbewerb Schritt zu halten, Risiken auszu-schalten und Chancen konsequent zu nutzen.

Methodik

TrendResearch setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen....) wurden für die Studie insgesamt über 350 strukturierte Interviews mit diversen Zielgruppen geführt (Schwerpunkt Deutschland, auch Ausland) und mit einer eigens entwickelten Methodik ausgewertet. Dabei wird sowohl die Nachfrage- als auch die Angebotsseite nach ihren Erwartungen, Einschätzungen und Prognosen befragt.

Inhalt der Studie

0.1.	Inhaltsverzeichnis	3
0.2.	Abbildungsverzeichnis	10
1	Management Summary	16
2	Einleitung	32
2.1	Ausgangssituation für die Studie	32
2.1.1	Technische Entwicklungen führen zu Innovationsschüben	32
2.1.2	Entwicklungen in den einzelnen Bereichen / Zielgruppen	35
2.1.3	Weitere Entwicklungen im Überblick	40
2.2	Ziel und Nutzen der Studie	41
2.3	Inhaltliche Schwerpunkte der Studie	46
2.4.	Methodik der Studie	48
3	Rahmenbedingungen und Einsatzbereiche	53
3.1	Entwicklung der Rahmenbedingungen	53
3.2	Rahmenbedingungen für den Privat-Kunden im Wettbewerb	57
3.3	Begriffsdefinitionen	59
3.4	Einsatzbereiche: Anwendungen – Pilotprojekte – Feldversuche	60
4	Anwenderanforderungen	70
4.1	Anforderungen an die Wettbewerber	70
4.1.1	Synthetische Lastprofile	71
4.1.2	Maßnahmen zur Vorbereitung des Vers.wechsels	71
4.2	EVU-Anforderungen an Anwendungen	72
4.2.1	Abgrenzung der Anforderungen	72
4.2.2	Anforderungen nach Zielgruppen	72
4.2.3	Anforderungen nach Zielsetzung	77
4.2.4	Anforderungen nach Größenklassen	83
4.2.5	Anforderungen nach Technologien	90
4.2.6	Hersteller der Technologien	95
4.2.7	Resultate aus dem Einsatz von Prepayment-Zählern	98
4.2.8	Tarifanpassung	101
5	Erfahrungen aus liberalisierten Märkten	107
5.1	Einleitung	107
5.2	Ausgangssituation im Überblick	109
5.3	Großbritannien (insb. England und Wales)	110
5.4	Skandinavien	113
5.4.1	Finnland	113
5.4.2	Norwegen	113
5.4.3	Schweden	116
5.5	USA	118
5.5.2	Kalifornien	118
5.5.3	Arizona	119
5.6	Weitere ausländische Märkte	124
5.6.1	Südafrika	124
5.6.2	Australien / Neuseeland / Israel	124
5.6.3	Weitere Ländergruppen	125
5.7	Sonderfall Schweiz: Pilotprojekt	126
5.8	Schlußfolgerungen	128

Inhalt der Studie - Fortsetzung

6	Lastprofile	130	10	Der Markt für Chipkarten im EVU-Bereich:	277
6.1	Vorbemerkung	130	10.1	Szenario 2: "Liberalisierung" (Referenz)	277
6.2	Synthetisches Lastprofil	132	10.1.1	Szenario 2: Der Markt für Systeme	277
6.3	Stromverbräuche (Sommer/Winter)	134	10.1.2.	Szenario 2: Der Markt nach Kartentechnologien	279
6.4	Verlagerung von Lasten	138	10.1.3.	Szenario 2: Der Markt nach Anwendungen	279
6.5	Abrechnen und Verrechnen	140	10.2	Szenario 3: "Schnelle Liberalisierung"	281
6.6	Strategische Auswirkungen	151		- Märkte / Unterpunkte wie in 10.1. -	
6.6.1	Markt / Marketing	151	11	Wettbewerb	289
6.6.2	Versorger	152	11.1	Entwicklungen des Wettbewerbs	289
6.6.3	Verbraucher	153	11.2	Wettbewerbsstruktur und -übersicht	291
6.6.4	Zählerhersteller	154	11.3	Wettbewerbsverzeichnis - Zählerhersteller	292
6.7	Erfahrungen aus liberalisierten Märkten	156	11.4	Wettbewerbsverzeichnis - Kartenhersteller	316
6.8.	Lastprofilzähler / Software	159	11.5	Adressenverzeichnis	321
7	Neue Zählertechnologien und -systeme	179	12	Trends	337
7.1	Stromzähler (Meßsystem, Dreh-/Wechselstromz .)	179	12.1	Anwendentrends	339
7.2	Gaszähler	183	12.2	Technologietrends (Zähler, Karten, Systeme)	341
7.3	Wasserzähler	191	12.3	Trends aus liberalisierten Märkten	343
7.4	Kommunikationstechnik	196	12.4	Markttrends	345
7.4.1	Kommunikation zwischen Endabnehmer und Zähler	196	12.5	Wettbewerb	349
7.4.2	Kommunikation zwischen EVU und Zähler	198	12.6	Strategietrends	351
7.5	Zubehör	201	13	Entwicklungen verwandter Bereiche	353
7.5.1	Allgemeine Merkmale von Prepaymentzählern	201	13.1	Zählerfernauslesung	354
7.5.2	Chipschlüsselzähler (key)	202	13.2	Lastprofilzähler	355
7.5.3	Nr.-Schlüsselzähler (key pad)	208	13.3	Weitere Entwicklungen	357
7.5.4	Münzzähler	209	14	Chancen und Risiken	359
7.5.5	Kartenzähler	210	14.1	Chancen und Risiken für EVU	360
7.5.6	Weitere	213	14.2	Chancen und Risiken für Zählerhersteller	362
7.6	Kartentechnologien	214	14.3	Chancen und Risiken für Dienstleister	364
7.7.1	Abmessungen	214	14.4	Chancen und Risiken für Kartenhersteller	366
7.6.2	Varianten	214	15	Strategien	370
7.6.3	Mikrocomputer	215	15.1	Einleitung	370
7.6.4	Datenweitergabe	216	15.2	Strategieoptionen der EVU	371
7.6.5	Hersteller	218	15.3	Strategieoptionen für weitere Marktteilnehmer	382
8	Szenarien im liberalisierten Markt	222	15.3.1	Zählerhersteller	383
8.1	Erläuterungen/Einleitung/Methodik	222	15.3.2	Strategieoptionen für Kartenhersteller	386
8.2	Grundannahmen für die dargest. Szenarien	226	16	Marketing und Kundenbindung	391
8.3	Szenario 1: "Verschleppte Liberalisierung"	230	16.1	Übersicht	391
8.4	Szenario 2: "Liberalisierung" (Referenz)	233	16.2	Möglichkeiten	392
8.5	Szenario 3: "Schnelle Liberalisierung"	237	16.3	Produkt / Imagebildung	393
9	Der Markt für neue Zählertechnol. und -systeme	243	16.4	Instrumente und Bedeutung	395
9.1	Erläuterungen zur Darstellung der Märkte	243	16.5	Affinity Marketing - E-Commerce - TV/Print - usw.	407
9.2	Szenario 1: "Verschleppte Liberalisierung"	244	16.6	Schlußfolgerungen	412
9.3.1	Grundannahmen und Prämissen	244	17	Ausblick	416
9.3.2	Der Markt für neue Zählertechnologien	245	17.1	Einleitung	416
9.3.3	Der Markt nach Technologien	247	17.2	Die Energiewirtschaft in der Zukunft	417
9.3.4	Der Markt nach Anwendungen	249	17.3	Die Bedeutung von neuen Zählertechnologien	422
9.3.5	Der Markt nach EVU-Größenordnung	251	17.3	Technologie- versus Marketinginvestments	423
9.3.6	Der Markt für Systeme	253			
9.4	Szenario 2: "Liberalisierung" (Referenz)	254			
	- Märkte / Unterpunkte wie in 9.3. -				
9.5	Szenario 3: "Schnelle Liberalisierung"	264			
	- Märkte / Unterpunkte wie in 9.3. -				

Antwort / Bestellung

Zurück im Briefumschlag an:

TRENDRESEARCH

Slevogtstraße 50
28209 Bremen

oder

per Fax an: 0421 / 64 61 24

- Hiermit bestellen wir die Studie
Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt:
Neue Zählertechnologien und Lastprofile
zum Preis von DM 5.400,00
und ___ zusätzl. Kopien (je DM 600,00)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir bitten um telefonische Kontaktaufnahme, bevor wir eine Entscheidung treffen. Bitte sprechen Sie mit:
Name: _____ Tel.: _____
- Wir sind an weiteren Studien zum Thema Wettbewerb bei Privatkunden interessiert.
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu TrendResearch International.

Adresse:

Firma: _____

Name: _____

Funktion: _____

E-Mail: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Internet: _____

Telefon _____ Fax: _____

Datum

Unterschrift / Stempel

TrendResearch

TrendResearch International 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 Telekommunikationsmärkten.

TrendResearch, 1997 gegründet, liefert Studien und Informationen bereits an über 60 % der großen EVUs und unterstützt damit existentielle Entscheidungen.

Konditionen

Die Studie „Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: **Neue Zählertechnologien und Lastprofile**“ kostet

5.400,00 DM (persönliches Exemplar).

Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu DM 600,- pro Kopie zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. 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 Bestellung ist auch per Internet / E-mail möglich.

Weitere Studien

TrendResearch gibt weitere Studien heraus, z.B.:

- Potentialstudie „Neue Zählertechnologien und -systeme“ (1. Aufl.) 1/99, 292 S., DM 4.900,00
- Potentialstudie Energiedienstleistungen, 7/99, ca. 300 S.: DM 5.900,00
- Potentialstudie E-Commerce für Energieversorger 8-9/99, ca. 350 S., DM 6.400,00
- Trendstudie: Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: Marketing und Kundenbindung, ca. 250 S., DM 4.400,00
- Trendstudie: Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: Erfahrungen aus liberal. Märkten, ca. 250 S., DM 4.400,00
- Der Markt für neue Zählertechnologien- und -systeme im Geschäfts-/SVK-bereich, DM 5.900,00
- Trends und Szenarien im Stromhandel
- Trend-Potentialstudie PLC-Technologien
- Kooperationen / Allianzen als EVU-Strategie

Weitere Informationen können Sie mit nebenstehendem Faxformular anfordern, im Internet unter www.trendresearch.de oder auch telefonisch abrufen.