



Der Markt für Selbstablesung - Bedrohung durch Automated Meter Reading?

- **Selbstablesung in der GVV**
- **Auswirkungen der Liberalisierung von Zählen und Messen**
- **Status Quo, Entwicklung und Auswirkung von Fernauslese-technik**
- **Potenziale und Grenzen**

- **Anforderungen der Zielgruppen**
- **Kennzahlen und Wirtschaftlichkeit**
- **Prozessabwicklung und Organisation**
- **Optionen im Outsourcing**
- **Markt und Wettbewerb**
- **Trends, Chancen, Risiken, Strategien**

Der Markt für Selbstablesung ist in Bewegung: Die Grundversorgungsverordnung sieht die Zumutbarkeit der Selbstablesung explizit vor, nach der Liberalisierung des Zählens ist auch die Liberalisierung des Messens zu erwarten und mit der Einführung des elektronischen Haushaltszählers ist die Ablesung so einfach wie nie zuvor. Gleichzeitig positioniert die EVB Energie ein Fernausleseangebot auf Basis der Echelon-Technik am Markt (Pilotprojekt zum Automated Meter Management - kurz AMM - seit Mai 2006), das nicht nur die Selbstablesung weitgehend überflüssig machen könnte, sondern letztlich dem gesamten Markt für Selbstablesung den Zusammenbruch bescheren könnte.

Vor diesem Hintergrund ist es für Energieversorger (Netzbetreiber, Messstellenbetreiber, Messstellendienstleister) und sonstige Dienstleister zwingend erforderlich, die Chancen und Bedrohungen zu identifizieren und die eigene unternehmerische Positionierung, das eigene Produktportfolio und die eigenen Prozesse und Organisation zielgerichtet und robust aufzustellen, um nicht von der Entwicklung überrascht zu werden.

Die Studie setzt sich dabei u.a. mit folgenden Fragestellungen auseinander und beantwortet diese konkret:

- Wie sind die Rahmenbedingungen heute und zukünftig ausgestaltet?
- Welche Anforderungen und Änderungen ergeben sich?
- Wie lässt sich Selbstablesung umsetzen?
- Was ist hinsichtlich Prozess und Organisation zu berücksichtigen?
- In welchen Fällen ist Outsourcing eine Option?
- Wann scheidet die Selbstablesung?
- Wie groß ist die Bedrohung des Marktes durch Fernauslesung/AMM wirklich?
- Unter welchen Bedingungen bricht der Markt zusammen? Wie sieht eine Exit-Strategie aus?
- Welche Strategieoptionen gibt es für Versorger und Dienstleister und welche Strategie muss ein Unternehmen einschlagen, um erfolgreich zu sein?

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der Selbstablesung vor dem Hintergrund des zunehmend dynamischen Marktumfeldes zu stellen sind.

Ausgehend von einer Darstellung der aktuellen und zu erwartenden Rahmenbedingungen werden Aufbau- und Ablauforganisation beschrieben, das Dienstleistungsspektrum sowie die hieran gestellten Anforderungen dargestellt und Argumente sowie Vor- und Nachteile einer Fremdvergabe beleuchtet. Es werden Kennzahlen erhoben und der Vergleich mit anderen Ableseformen gezogen.

Auf dieser Grundlage werden Markt und Wettbewerb für Selbstablesung auch und insbesondere vor dem Hintergrund der Entwicklung im Bereich der Fernauslesung beschrieben und analysiert, Strategien abgeleitet und Trends, Chancen und Risiken für eine unternehmerische Positionierung im Markt für Selbstablesung aufgezeigt.

Damit erlaubt es die Studie, die eigene Strategie im Zusammenhang mit der Selbstablesung zu reflektieren und anzupassen, um nicht nur langfristige Kostensenkungen zu realisieren und Fehlerquoten zu senken, sondern darüber hinaus auch die grundlegende Ausrichtung des Geschäftsfeldes bzw. Geschäftsbereichs „Selbstablesung“ zu hinterfragen.

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 ca. 75 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorgungsunternehmen
- Netzbetreiber
- Messstellenbetreiber und -dienstleister
- Abrechnungs- und Ablesedienstleister
- Weitere Dienstleister

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie richtet sich an Energieversorgungsunternehmen, Abrechnungs- bzw. Messstellendienstleister und -betreiber und Dienstleister in der Ablesung und im Zählerwesen und hilft diesen Unternehmen, die weitere Entwicklung einzuschätzen und die eigene Strategie/Marktpositionierung vor diesem Hintergrund auszurichten. Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführer, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Bereichsleitungen in den Bereichen Ablesung/ Abrechnung, Zählerwesen und Kundenservice/Vertrieb.

DER MARKT FÜR SELBSTABLESUNG

Geplanter Inhalt der Studie

1	Management Summary	3.4.1.5	Auswirkungen
		3.4.2	Entwicklung
2	Grundlagen und Rahmenbedingungen	3.4.2.1	Technischer Fortschritt: Art und Umfang
2.1	Einführung und Problemstellung	3.4.2.2	Prozesswirkung
2.2	Ziele und Nutzen der Studie	3.4.2.3	Marktkonsequenzen
2.3	Zielgruppe	3.5	Weitere
2.4	Inhalt und Vorgehensweise		
2.5	Methodik	4	Aufbau- und Ablauforganisation in der Selbstablesung
2.6	Begriffsdefinitionen	4.1	Überblick: Abrechnungsprozesse
2.6.1	Zähler	4.2	Abgrenzung der Ableseformen
2.6.2	Zählerbewirtschaftung	4.3	Selbstablesung
2.6.3	Ablesung	4.3.1	Formen der Selbstablesung
2.6.4	Selbstablesung	4.3.1.1	Postkarte
2.6.5	Zählerfernauslesung/Automated Meter Reading	4.3.1.2	Telefon
2.6.6	Automated Meter Management	4.3.1.3	Internet und E-Mail
		4.3.1.4	SMS
2.6.7	Abrechnung	4.3.1.5	SmartCard
2.6.8	Energiedatenmanagement	4.3.1.6	Andere
2.6.9	Messstellenbetreiber	4.3.2	Prozessdarstellung
2.6.10	Messstellendienstleister	4.3.2.1	Vorbereitung
2.6.11	Outsourcing	4.3.2.2	Durchführung
2.6.12	Weitere	4.3.2.3	Nachbereitung
		4.3.3	Vorteile und Nachteile
3	Rahmenbedingungen	4.4	Vergleich von Selbstablesung mit alternativen Ablesearten
3.1	Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	4.5	Kennzahlen in Ablesung und Selbstablesung
3.1.1	Märkte	4.6	Aufbauorganisation
3.1.1.1	Strom	4.6.1	Status Quo
3.1.1.2	Gas	4.6.2	Entwicklung: Selbstablesung und Messstellendienstleistung
3.1.1.3	Wärme	4.6.3	Modelloptionen als Messstellendienstleister
3.1.2	Preiszusammensetzung bei Strom und Gas	4.6.3.1	Interne Erbringung
3.1.3	Regulierungsbehörde	4.6.3.1.1	Bereich/Abteilung Ablesung und Selbstablesung
3.1.4	Unbundling	4.6.3.1.2	Shared Service
3.1.5	Liberalisierung Zählen	4.6.3.2	Marktgang
3.1.6	Status Quo der Liberalisierung Messen	4.6.3.2.1	Netzbetreiber
3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen in Zählerwesen und Ablesung	4.6.3.2.2	Messstellenbetreiber
3.2.1	Energiewirtschaftsgesetz EnWG	4.6.3.2.3	Messstellendienstleister
3.2.2	Netzzugangsverordnung NZV	4.6.3.2.4	Abrechnungsdienstleister
3.2.3	Netzentgeltverordnung NEV	4.6.3.3	Weitere
3.2.4	Grundversorgungsverordnung GVV	4.6.4	Kooperationen
3.2.5	Europäische Messgeräteverordnung MID	4.6.4.1	Kooperationsansätze in der Selbstablesung
3.2.6	Konsequenzen und Auswirkungen	4.6.4.2	Kooperationsformen
3.3	Rollen und Konstellationen im liberalisierten Zählen und Messen	4.6.4.3	Eckpunkte einer kooperativen Ausgestaltung
3.3.1	Überblick	4.6.4.4	Erfolgsfaktoren
3.3.2	Marktakteure	4.6.4.5	Zielsetzungen und Beispiele
3.3.3	Vertragskonstellationen	5	Dienstleistungsspektrum
3.4	Technologische Rahmenbedingungen und Entwicklung in Zählerwesen und Ablesung	5.1	Anforderungen aus Sicht der verschiedenen Marktakteure
3.4.1	Status Quo	5.1.1	Netzbetreiber
3.4.1.1	Technologische Rahmenbedingungen	5.1.2	Vertrieb
3.4.1.1.1	Technologien	5.1.3	Messstellenbetreiber
3.4.1.1.2	Technologieeinsatz	5.1.4	Sonstige
3.4.1.1.3	Dienstleistungen	5.1.5	Zusammenführung
3.4.1.2	Kosten-Nutzen-Verhältnis	5.2	Anforderungen von Endkunden
3.4.1.3	Wirtschaftlichkeit im Vergleich	5.3	Produkt- und Dienstleistungsportfolio in der Selbstablesung
3.4.1.4	Treiber und Hemmnisse	5.4	Produktbeispiele Selbstablesung
		5.5	Produkt- und Dienstleistungspotenziale für die Zukunft

5.6	Added Values: Mehrwert in der Selbstablesung	7.2.1.1	Energieversorger	10.4	Ausgewählte Strategieoptionen für Energieversorger und Dienstleister
5.6.1	Energieversorger	7.2.1.2	Abrechnungsdienstleister	10.4.1	Nach Sourcingoptionen
5.6.2	Endkunden	7.2.1.3	Ablesedienstleister	10.4.1.1	Selbsterstellung
5.7	Fremdvergabe	7.2.1.4	Messstellenbetreiber	10.4.1.2	Fremdvergabe
5.7.1	Status Quo in der Fremdvergabe	7.2.1.5	Messstellendienstleister	10.4.1.3	Kooperation
5.7.1.1	Ablesung	7.2.1.6	Sonstige	10.4.2	Nach Prozessoptionen
5.7.1.2	Selbstablesung	7.2.2	Bekanntheit von Wettbewerbern	10.4.2.1	Strategie der kundendifferenzierenden Maßnahmen
5.7.2	Zukünftige Entwicklung	7.2.3	Schlussfolgerungen	10.4.2.2	Qualität
5.7.3	Argumentationen: Vorteile und Nachteile in der Fremdvergabe	7.3	Ausgewählte Wettbewerbsprofile: Ablese- und Abrechnungsdienstleister	10.4.2.3	Benchmarking
6	Der Markt für Selbstablesung	7.3.1.1	A/V/E GmbH	10.4.3	Nach Marktauftritt
6.1	Methodik: Szenarioanalyse	7.3.1.2	B/A/S GmbH	10.4.3.1	Interner Marktauftritt
6.2	Grundannahmen und Prämissen	7.3.1.3	CentraPlus GmbH & Co. KG	10.4.3.2	Externer Marktauftritt
6.2.1	Annahmen für alle Szenarien	7.3.1.4	Co.met GmbH	10.4.3.2.1	Selbstablesedienstleister
6.2.2	Überblick über szenariospezifische Annahmen	7.3.1.5	Drecount GmbH & Co. KG	10.4.3.2.2	Ablesedienstleister
6.2.2.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	7.3.1.6	Deutsche Post Com GmbH	10.4.3.2.3	Abrechnungsdienstleister
6.2.2.2	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	7.3.1.7	EnBW Vertriebs- und Servicegesellschaft mbH	10.4.3.2.4	Messstellendienstleister
6.2.2.3	Rahmenbedingungen in Abrechnung und Ablesung	7.3.1.8	e.dat GmbH	10.4.3.3	Nischenauftritt
6.2.2.4	Entwicklung bei Fernauslesetechnologien	7.3.1.9	Enseco GmbH	10.4.3.4	Full-Service-Auftritt
6.2.2.5	Entwicklung der Anforderungen an die Ablesung	7.3.1.10	Entega Service GmbH	10.4.3.5	Branchenübergreifender Auftritt
6.2.2.6	Entwicklung des Wettbewerbs in der Ablesung	7.3.1.11	envia Billing & Services GmbH	10.4.3.6	Exit-Strategie
6.2.3	Annahmen für Szenario 1: Regulierung Messstellenbetrieb	7.3.1.12	EVB Energie GmbH	10.4.4	Nach Kundenfokus
6.2.4	Annahmen für Szenario 2: Liberalisierung Messstellendienstleistungen	7.3.1.13	EVU Zählwerk GmbH	10.4.4.1	Incentives
6.2.5	Annahmen für Szenario 3: Liberalisierung und Turnusharmonisierung in Messung und Abrechnung	7.3.1.14	Factur Billing Solutions GmbH	10.4.4.2	Kundenbindung
6.3	Markt und Marktentwicklung in Ablesung und Selbstablesung	7.3.1.15	is:energy GmbH Energie Service Center	10.4.4.3	Innovation
6.3.1	Markttreiber	7.3.1.16	KSG Kommunikations-Service-Gesellschaft mbH	10.4.5	Weitere Beispiele
6.3.2	Marktbarrieren	7.3.1.17	LAS GmbH	10.6	Auswirkungen auf den Abrechnungsprozess
6.3.3	Preise und Preisentwicklungen	7.3.1.18	Mainova Service Dienste GmbH	10.7	Zusammenfassung
6.3.4	Gesamtmarkt Selbstablesung	7.3.1.19	NEW Service GmbH	11	Ausblick
6.3.4.1	Marktpotenzial: interner Markt	7.3.1.20	prego services GmbH	11.1	Einleitung
6.3.4.2	Marktvolumen: externer Markt	7.3.1.21	regiocom GmbH	11.2	Die Energiewirtschaft in 2020
6.3.5	Marktentwicklung bis 2015 nach Szenarien	7.3.1.22	swb Messung und Abrechnung GmbH	11.3	Abrechnungsprozesse in 2020
6.3.6	Marktentwicklung bis 2015 nach Sparten	7.3.1.23	SWM Services GmbH	11.4	Ablesung und Selbstablesung in 2020
6.3.7	Qualitative Marktentwicklung	7.3.1.24	Synergo GmbH		
6.4	Exkurs: Der Markt für Abrechnungsdienstleistungen in der Verbrauchsabrechnung	7.3.1.25	T-Systems		
7	Wettbewerb	7.3.1.26	U-Serv GmbH		
7.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	7.3.1.27	Varys GmbH		
7.1.1	Wettbewerbsebenen	7.3.1.28	Weitere		
7.1.2	Wettbewerbsausprägung	8	Trends		
7.1.2.1	Strom	8.1	Trends in der Energiewirtschaft		
7.1.2.2	Gas	8.2	Trends bei Ablesedienstleistern		
7.2	Wettbewerb in der Selbstablesung	8.3	Hersteller-/Technologietrends		
7.2.1	Identifizierung von Wettbewerbern im Markt für Selbstablesung	8.4	Markttrends		
		8.5	Wettbewerbstrends		
		8.6	Strategietrends		
		9	Chancen und Risiken in der Selbstablesung		
		9.1	Energieversorger		
		9.2	Dienstleister		
		9.3	Netzbetreiber		
		9.4	Messstellenbetreiber		
		9.5	Messstellendienstleister		
		9.6	Endkunden		
		10	Strategien		
		10.1	Überblick		
		10.1.1	Grundsätze		
		10.1.2	Strategische Grundhaltung		
		10.2	Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategie		
		10.3	Erfolgs- und Hygienefaktoren		

Die Studie umfasst ca. 500 Seiten. 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. 08-0416) **»Der Markt für Selbstablesung«** zum Preis von EUR 3.400,00
- und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00)
 - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir bestellen vor dem 27. Oktober 2006 und erhalten **10% Subskriptionsrabatt.**
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggf. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2006** zu.
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research
- 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 09-1001

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 Selbstablesung«** kostet EUR 3.400,00 (persönliches Exemplar).

Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 300,- 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 27. Oktober 2006 gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab Januar 2007 verfügbar.

WEITERE STUDIEN

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

- Der Markt für Messstellenbetreiber**, 05/06, 700 S., EUR 3.900,00
- Zählerwesen (2. Auflage)**, 06/06, 934 S., EUR 4.400,00
- Forderungsmanagement in der Verbrauchsabrechnung, 2. Auflage, aktualisiert und erweitert**, 09/06, 902 S., EUR 4.200,00
- Verbrauchsabrechnung: Strom, Gas, Wasser, Wärme, Heizkosten (3. Auflage)**, 06/05, 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
- Kundenservice in der Energiewirtschaft: Telefonzentrale, Call Center und Customer Service Center (2. Auflage)**, 11/05, 1047 S., EUR 3.900,00
- Heizkostenverteilung und -abrechnung: Markt, Potenziale, Strategien**, 09/04, 700 S., EUR 4.400,00
- Customer Self Service in der Energiewirtschaft**, 01/06, 501 S., EUR 3.900,00
- Customer Relationship Management - CRM (3. Auflage)**, geplant, ca. 500 S., EUR 3.900,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.

© trend:research, 2006

trend:research

Institut für Trend- und Marktforschung