



Der Markt für Messdienstleistungen (Strom, Gas) Prozesse, Kennzahlen, Entwicklung, Lösungen

Die Studie ist ab sofort verfügbar
und umfasst 972 Seiten
sowie SPSS-Auswertungen.

- Rechtliche und wirtschaftliche Grundlagen wie EnWG und MessZV
- Rollen, Konstellationen und Zuständigkeiten im liberalisierten Umfeld
- Ablauforganisation und Kennzahlen
- Produkt- und Dienstleistungspektrum (Zähler-) Technologien und IT-Systeme
- Marktvolumen, Wettbewerbsstruktur und -entwicklung
- Strategien und Praxistipps
- Trends, Chancen und Risiken
- Auswirkungen der Verkürzung des Abrechnungszeitraums und des Einsatzes von Smart Metering

Der Markt für Messdienstleistung ist geöffnet und Drittanbietern ist der Weg in die Geschäftsfelder des Messwesens, des Messstellenbetriebs wie auch für den Einsatz für Smart Metering geebnet. Bis April 2009 haben sich im DVGW-Verzeichnis der Marktteilnehmer im deutschen Gasmarkt neben der Yello Strom GmbH 42 weitere Unternehmen als Messdienstleister eingetragen lassen, 2008 waren es noch 23.

Der Druck auf den Markt ist spürbar und unlängst nicht mehr allein durch den Anbieter des „gelben Stroms“ forciert. Auch Rahmenbedingungen wie die IEKP, das EnWG (insb. §§ 21b, 40 EnWG) und den hieran anknüpfenden Verordnungen wie die Netzentgelt- und Netznutzungsverordnung, Konzessionsabgabenverordnung und weitere, die verschieden intensiv auf den Markt wirken, zwingen zum Umdenken der EVU.

Die Bedeutung einer Effizienzsteigerung bei Messdienstleistungen nimmt zu: Eine Vielzahl von neuen Tarifprodukten und erweiterten Dienstleistungen sowie komplexer werdende Markt- und Vertragskonstellationen läuten eine dynamische Marktentwicklung ein. § 40 Abs.2 EnWG ermöglicht dem Endkunden den Ableseturnus zu wählen und erhöht gleichsam hierdurch den Druck auf die Verwendung mit verstärkter Standardisierung von Technologie und Datenübertragung, bspw. mit Hilfe von Smart Metering.

Der Markt für Messdienstleistungen erfordert von Energieversorgern wie auch von Dienstleistern die Entwicklung zielgerichteter Strategien und die bewusste Entscheidung für bestimmte strategische Ansätze. Insgesamt 63% der befragten Experten am Energieversorgungsunternehmen gehen davon aus, dass die Strategieverfolgung der Selbsterstellung von Prozessen im Rahmen der Messdienstleistung „Sehr relevant“ bzw. „Mehr als relevant“ ist, vgl. Abb. links.

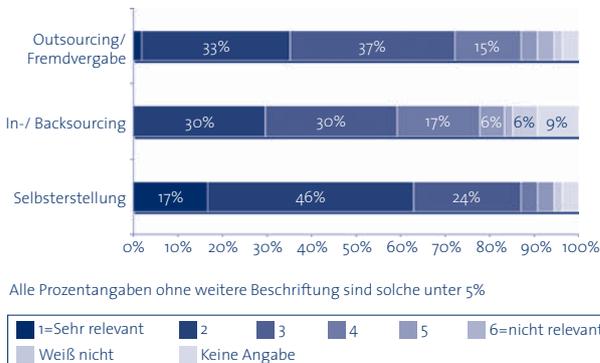
Auf Basis dieser Anforderung untersucht die Studie die Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren auf den Markt, beschreibt Potenziale, Chancen und Risiken, die sich für Messdienstleister, Messstellenbetreiber, Energieversorger, Hersteller

und andere Dienstleister sowie deren Kunden ergeben und zeigt Strategien und Handlungsoptionen auf. Damit unterstützt sie aktuelle und potenzielle Marktakteure bei der Schärfung und Fundierung der unternehmerischen Positionierung innerhalb des Marktes.

Die Studie vermittelt umfangreiches Erfahrungswissen für Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Aufbau bzw. Ausbau der Positionierung im Ablesungsmarkt z.B. zu folgenden Fragestellungen:

- Welchen Herausforderungen begegnen insbesondere Netzbetreiber, Messstellenbetreiber und der Messdienstleister?
- Wie ist der Status quo im Hinblick auf Prozesse und Kennzahlen?
- Wie ist der Stand der Technik und welche Entwicklungen zeichnen sich ab?
- Unter welchen Voraussetzungen und mit welchen Ableseformen ist eine Positionierung im Markt für Messdienstleistungen wirtschaftlich sinnvoll?
- Wie wird die Zukunftstechnologie des Messwesens ausgestaltet sein? Welchen Einfluss werden die Gesetzesnovellen auf den Einsatz von Smart Metering haben?
- Welche Erfahrungen bestehen mit Dienstleistern. Welche Anforderungen werden gestellt?
- Welche Geschäftsmodelle eignen sich unter den gegebenen Rahmenbedingungen für Messdienstleister?
- Wer sind die aktuellen Wettbewerber im Markt für Messdienstleistungen?
- Welche Rolle spielen dabei Energieversorger, Abrechnungsdienstleister, Heizkostenverteiler und -abrechner sowie weitere Dienstleister?
- Welche Strategien sind für die unterschiedlichen Marktteilnehmer Erfolg versprechend?

Wie bewerten Sie die folgenden Strategien auf dem Markt für Messdienstleistungen bezüglich Ihrer Relevanz?



Der Markt für Messdienstleistungen (Strom, Gas)

Geplanter Inhalt der Studie

1	Management Summary	22	4.3.2.5	Chancen und Risiken der Integration verschiedener Leistungsbereiche	251
2	Allgemeine Grundlagen	76	4.3.3	Desintegrierte Leistungsbereiche	258
2.1	Einleitung und Aufbau der Studie	76	4.3.3.1	Überblick	258
2.2	Methodik und Studiendesign	82	4.3.3.2	Chancen und Risiken desintegrierter Leistungsbereiche	261
2.3	Ziele und Nutzen der Studie	87	4.4	Zuständigkeiten	263
2.4	Begriffsdefinitionen	90	4.4.1	Grundlegende Anforderungen an die Marktakteure	263
2.4.1	Ablesung	90	4.4.1.1	Messdienstleistungen	263
2.4.2	Arten der Ablesung/ Auslesung	92	4.4.1.2	Messstellenbetrieb	265
2.4.2.1	Ablesung vor Ort	92	4.4.1.3	Netzbetrieb	268
2.4.2.2	Selbstablesung	93	4.4.2	Abwicklung bei ausgewählten Geschäftsvorfällen	270
2.4.2.3	Zählerfernauslesung	93	4.4.2.1	Übernahme von Messdienstleistungen auf „Wunsch“ des Kunden	274
2.4.2.4	Smart Metering	94	4.4.2.2	Durchführung der Messung: Turnus-/ Zwischenablesung	278
2.4.3	Abrechnung/ Billing	96	4.4.2.3	Lieferantenwechsel	283
2.4.4	Heizkostenverteilung	98	4.4.2.4	Netzbetreiberwechsel (durch Umzug)	286
2.4.5	Energiedatenmanagement	99	4.4.2.5	Inkasso und Sperrung	289
2.4.6	Outsourcing	100	4.4.2.6	Tarifwechsel	292
2.4.7	Messstellenbetrieb	102	4.4.2.7	Zulassung als Messdienstleister	296
2.4.8	Messdienstleistungen	103			
2.4.9	„Value-Added“-Dienstleistungen	104			
3	Rahmenbedingungen	107	5	Kennzahlen und Ablauforganisation in Ablesung und Messdienstleistung	300
3.1	Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	107	5.1	Überblick: Abrechnungsprozesse	301
3.1.1	Marktbetrachtungen	108	5.2	Prozesse bei Messdienstleistungen	307
3.1.1.1	Entwicklungen im Strommarkt	109	5.2.1	Ablesung vor Ort	315
3.1.1.2	Entwicklungen im Gasmarkt	112	5.2.1.1	Formen der Ablesung	315
3.1.1.3	Entwicklungen im Wassermarkt	115	5.2.1.2	Prozessdarstellung	321
3.1.1.4	Entwicklungen im Wärmemarkt	120	5.2.1.3	Vorteile und Nachteile	323
3.2	Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen	121	5.2.2	Selbstablesung	325
3.2.1	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	121	5.2.2.1	Formen der Ablesung	331
3.2.2	Unbundling	127	5.2.2.2	Prozessdarstellung	332
3.2.3	Bundesnetzagentur	139	5.2.2.3	Vorteile und Nachteile	335
3.2.4	Netzzugangsverordnung (NZV)	141	5.2.3	Zählerfernauslesung	338
3.2.4.1	Stromnetzzugangsverordnung (StromNZV)	141	5.2.3.1	Formen der Ablesung	342
3.2.4.2	Gasnetzzugangsverordnung (GasNZV)	145	5.2.3.2	Prozessdarstellung	343
3.2.5	Netzentgeltverordnung (NEV)	149	5.2.3.3	Vorteile und Nachteile	345
3.2.5.1	Stromnetzentgeltverordnung (StromNEV)	150	5.2.4	Smart Metering	347
3.2.5.2	Gasnetzentgeltverordnung (GasNEV)	153	5.2.4.1	Formen der Ablesung	349
3.2.6	Grundversorgungsverordnung (GVV)	159	5.2.4.2	Prozessdarstellung	349
3.2.6.1	Abrechnungsmodus	160	5.2.4.3	Vorteile und Nachteile	349
3.2.6.2	Zulässigkeit von Sperrungen	161	5.2.5	Schnittstellen- und Übergabeprozesse	352
3.2.6.3	Berücksichtigung von Kundeneinwänden	162	5.2.5.1	MSB/ Zählerwesen	356
3.2.6.4	Ersatzversorgung	163	5.2.5.2	EDM	357
3.2.6.5	Preismittlungen	163	5.2.5.3	Abrechnung der Energielieferung (Lieferanten)	358
3.2.6.6	Unbilligkeitseinwand	164	5.2.5.4	Abrechnung der Netznutzungsentgelte (Netzbetreiber)	359
3.2.6.7	Vertragsstrafen	164	5.2.5.5	Druck/ Verpostung/ Versand	360
3.2.6.8	Zumutbarkeit von Kundenselbstablesung	165	5.3	Kundenservice, Forderungsmanagement	361
3.2.7	Anreizregulierungsverordnung (ARegV)	165	5.3.1	Neue Herausforderungen in Ablesung/ Messdienstleistung	363
3.2.8	Europäische Messgeräterichtlinie (MID)	175	5.3.2	Umsetzung Smart Metering	363
3.2.9	Eichgesetz und Eichordnung	178	5.3.3	Verkürzung des Ableseturnus	372
3.3	Weitere Rahmenbedingungen für Ablesung/ Messdienstleistung	182	5.4	Auftritt externer Messdienstleister	374
3.3.1	Integriertes Energie- und Klimaschutzprogramm (IEKP)	183	5.4.1	Kennzahlen: Vergleich der Ablesarten	376
3.3.2	EU-Richtlinie Endenergieeffizienz und Energiedienstleistungen	188	5.4.2	Ablesegeschwindigkeit und Datenverfügbarkeit	376
3.3.3	Gesetz zur Öffnung des Messwesens: Novellierung des § 21b EnWG	190	5.4.3	Ablesequoten und -qualität	379
3.3.4	Messzugangsverordnung (MessZV)	200	5.4.4	Ressourceneinsatz	382
3.3.5	Turnusverkürzung Ablesung/ Auslesung	211	5.4.4.1	Kosten und Wirtschaftlichkeit	387
3.3.6	Anreizregulierung im Zählen und Messen	212	5.4.4.2	Ablesung vor Ort	389
4	Rollen, Konstellationen und Zuständigkeiten im Messwesen	216	5.4.4.3	Kundenselbstablesung	399
4.1	Überblick	216	5.4.5	Zählerfernauslesung und Smart Metering	405
4.2	Marktakteure	219	5.4.6	Spartenvergleich	410
4.2.1	Messdienstleister	220	5.5	Zusammenfassung	411
4.2.2	Messstellenbetreiber	221	5.5.1	Bewertung verschiedener Ablesezeiträume	414
4.2.3	Verteilnetzbetreiber (Strom/ Gas)	222	5.5.2	Kostenvergleich halbjährlicher Ablesung nach Ablesart	417
4.2.4	Übertragungsnetzbetreiber bzw. marktbetriebsaufspannende Netzbetreiber	224	5.5.3	Kostenvergleich vierteljährlicher Ablesung nach Ablesart	418
4.2.5	Bilanzkreisverantwortlicher (Strom/ Gas)	228	5.5.4	Kostenvergleich monatlicher Ablesung nach Ablesart	419
4.2.6	Netzanschlussnehmer	228	6	Zusammenfassung	420
4.2.7	Netzanschlussnutzer	229	6	Produkt- und Dienstleistungsspektrum	423
4.2.8	Händler und Lieferanten	230	6.1	Anforderungen	423
4.2.9	Weitere Unternehmen als Dienstleister (bspw. Elektroinstallateure)	231	6.1.1	Anforderungen von Energieversorgern	423
4.3	Vertragskonstellationen	232	6.1.2	Anforderungen von Endkunden aus Sicht der Energieversorger	426
4.3.1	Vertragsarten	232	6.1.3	Anforderungen an Zähler- und Systemtechnologie	427
4.3.1.1	Netzanschlussvertrag	233	6.2	Produkt- und Dienstleistungsportfolio	428
4.3.1.2	Netznutzungsvertrag	234	6.2.1	Ablesung vor Ort	428
4.3.1.3	Bilanzkreisvertrag	235	6.2.2	Kundenselbstablesung	433
4.3.1.4	Lieferanten-/ Händlerrahmenvertrag	236	6.2.3	Zählerfernauslesung	437
4.3.1.5	Energieliefervertrag (All-inclusive-Vertrag)	236	6.2.4	Smart Metering	439
4.3.1.6	Messvertrag/ Messrahmenvertrag	237	6.2.5	Außendienststeuerung	441
4.3.1.7	Messstellenvertrag/ Messstellenrahmenvertrag	238	6.2.6	Personalgestaltung	444
4.3.1.8	Dienstleistungsvertrag (Messdienstleistung/ Messstellenbetrieb)	239	6.2.7	Energiedatenmanagement	445
4.3.2	Integrierte Leistungsbereiche	242	6.2.8	Energiedienstleistungen	447
4.3.2.1	Überblick	243	6.3	Produkt- und Dienstleistungspotenziale für die Zukunft	455
4.3.2.2	Integration Energielieferung und MDL	245			
4.3.2.3	Integration MSB und MDL	246			
4.3.2.4	Integration Energielieferung, MSB und MDL	248			

Ziel und Nutzen der Studie

Inhaltlich knüpft die Potenzialstudie an die Ergebnisse der Studien „Der Markt für Messstellenbetrieb und Messdienstleistungen: Zählen und Messen in Deutschland ab 2008“ sowie „Smart Metering (2. Auflage) – Deutschland vor dem Rollout?“ an. Ergänzt wird diese Studie erstmalig um die Darstellung ausgewählter Ergebnisse in Tabellenform (SPSS-Auswertungen) zu Fragestellungen: u.a. folgender Themenbereiche: Marktakteure und Produkte im Messwesen, Technologien, Wettbewerb und vielen mehr. Neben differenzierten Aussagen über die rechtliche Ausgangssituation, erfolgt insbesondere eine detaillierte Analyse von Ablauforganisationen und Kennzahlen in Ablesung und Messdienstleistung.

Die Ergebnisse ermöglichen es, gezielt eigene Strategien und Vorgehensweisen abzuleiten und ggf. bereits getroffene Maßnahmen zu überdenken und der aktuellen und erwarteten Marktentwicklung anzupassen.

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 75 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorger
- Vertriebsgesellschaften
- Netzbetreiber
- Messdienstleister
- Dienstleister im Zählen und Messen
- Experten

Die Auswertungen und aufgezeigten Erwartungen führen zu abgesicherten Aussagen über den Markt für Messdienstleistungen und bieten dem Leser einen transparenten Überblick über die aktuelle Situation unter Berücksichtigung der wesentlichen bestehenden und erwarteten Rahmenbedingungen.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie richtet sich an Energieversorgungsunternehmen, Zähler- und Systemhersteller und -dienstleister, Abrechnungs- und Messdienstleister sowie Messstellenbetreiber 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, Messstellenbetrieb/Zählerwesen, und Kundenservice/Vertrieb.

6.3.1	Messdienstleistungen als „Stand-alone-Produkt“	459	8.2.5	Annahmen für Szenario 2: „Marktgetriebener Einsatz von elektronischen Auslesesystemen“ (Referenz)	576	9.5.4.3	Dr. Crombach und Partner Gesellschaft für Informationssysteme mbH	766
6.3.2	Messdienstleistungen zur Verbesserung des Deckungsbeitrags/ als Added Value	461	8.2.6	Annahmen für Szenario 3: „Rollout von elektronischen Auslesesystemen (Smart Metering) und Turnusharmonisierung Abrechnung“	578	9.5.4.4	Görlitz AG	768
6.3.3	Messdienstleistungen als integrierte Leistung	461				9.5.4.5	ITF-EDV Fröschl GmbH	771
6.3.4	Messdienstleistungen zur Technologieumsetzung: Smart Metering	462				9.5.4.6	mx systems AG	774
6.3.5	Bewertung	463	8.3	Befragungsergebnisse: Bewertung der Rahmenbedingungen	581	9.5.4.7	Skibatron Gesellschaft für Meß- und Abrechnungssysteme mbH	776
6.3.5.1	Messdienstleistungen als Stand-alone-Produkt	463	8.4	Markt und Marktentwicklung in der Ableitung	584	10	Trends, Chancen und Risiken	781
6.3.5.2	Messdienstleistungen zur Verbesserung des Deckungsbeitrags/ als Added Value	466	8.4.1	Allgemeine Markttreiber	584	10.1	Trends	782
6.3.5.3	Messdienstleistungen als integrierte Leistung	469	8.4.2	Allgemeine Marktbarrieren	587	10.1.1	Trends bei Energieversorgern	783
6.3.5.4	Messdienstleistungen zur Technologieumsetzung Smart Metering	471	8.4.3	Preise und Kosten	590	10.1.2	Trends bei Messdienstleistern	785
7	Technologien und Systeme	477	8.4.4	Gesamtmarkt: Marktpotenzial und Marktvolumen	591	10.1.3	Trends bei Abrechnungsdienstleistern	786
7.1	Technologien u. Systeme zur Ablesung	478	8.4.5	Marktentwicklung bis 2020	597	10.1.4	Hersteller-/ Technologietrends	789
7.1.1	MDE	478	8.4.5.1	Marktentwicklung nach Szenario 1	598	10.1.5	Markttrends	792
7.1.2	Scanner/Barcode	480	8.4.5.2	Marktentwicklung nach Szenario 2	600	10.1.6	Wettbewerbstrends	794
7.1.3	Beispielmodelle	482	8.4.5.3	Marktentwicklung nach Szenario 3	602	10.1.7	Strategietrends	796
7.1.3.1	Derago	482	8.4.6	Teilmärkte bis 2020	605	10.2	Chancen und Risiken	799
7.1.3.2	Dr. Crombach und Partner Gesellschaft für Informationssysteme mbH	485	8.4.6.1	Markt nach Versorgungssparten	605	10.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger	799
7.2	Lösungen zum Workforce Management	487	8.4.6.2	Markt nach Art der Ablesung	610	10.2.2	Chancen und Risiken für Ableser/Messdienstleister	803
7.3	Lösungen zur Selbstablesung	491	8.4.6.3	Markt nach Größe der Energieversorger	613	10.2.3	Chancen und Risiken für Abrechnungsdienstleister	806
7.3.1	co.met	491	8.4.6.4	Markt nach Vertriebsfokus	617	10.2.4	Chancen und Risiken für System- und Technologiehersteller	809
7.3.2	Deutsche Post Com	492	8.4.6.5	Qualitative Marktentwicklung bei Netzdienstleistern	622	11	Strategien	814
7.4	Lösungen zur Fernauslesung im Nahbereich	494	8.4.6.6	Qualitative Marktentwicklungen im Angebot gegenüber EVU bzw. Anschlussnutzern	624	11.1	Überblick	814
7.5	Systemlösungen in der „konventionellen“ Zählerfernauslesung	495	8.4.7	Qualitative Marktentwicklung	625	11.1.1	Grundverständnis: Strategiebegriff	815
7.5.1	Einführung: Datenübertragungswege	495	8.5	Der Markt für Smart Metering	627	11.1.2	Strategische Grundhaltung	816
7.5.1.1	Funkbasierte Übertragungswege	496	8.6	Exkurs: Der Markt für Heizkostenverteilung und -abrechnung	636	11.1.3	Strategische Entwicklung und Umsetzung in Maßnahmen	818
7.5.1.2	Kabelbasierte Übertragungswege	502	9	Wettbewerb	643	11.1.4	Vorgehen innerhalb des Kapitels	822
7.5.2	Lösungen	508	9.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	643	11.2	Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategie	824
7.5.2.1	Kamstrup Ellipse	508	9.1.1	Wettbewerbsebenen	644	11.3	Ausgewählte Strategieoptionen für Energieversorger	833
7.5.2.2	Derago Zählerfernauslesung (MZE-ZFA)	509	9.1.2	Wettbewerbsausprägung (Strom und Gas)	645	11.3.1	Sourcingstrategien	834
7.5.2.3	Internet-Metering IMEGA von Landys+Gyr	510	9.1.2.1	Stromwettbewerb	645	11.3.1.1	Fremdvergabe/ Outsourcing	835
7.5.2.4	Skalar von Görlitz	510	9.1.2.2	Gaswettbewerb	648	11.3.1.2	Back-/ Insourcing	838
7.5.2.5	Drahtlose Sensornetze und Medienzugriffprotokoll »Slotted MAC« vom Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS (lizenzierter von VERAUT-Verfahrens- und Automationstechnik GmbH)	512	9.2	Wettbewerb bei Abrechnungsdienstleistern	651	11.3.1.3	Selbsterstellung	843
7.5.2.6	Powel ASA: ELIN und MDMS	513	9.3	Wettbewerb in Ablesung/ Messdienstleistung	655	11.3.1.4	Strategiebewertung	846
7.6	Systemlösungen im Smart Metering	516	9.3.1.1	Differenzierung nach Ableseform und eingesetzter Technologie	656	11.3.2	Ausgewählte Strategien für Messstellenbetreiber/ Messdienstleister	847
7.6.1	Hardwareeinsatz in der Datenübertragung	516	9.3.1.1.1	Ablesung vor Ort:	657	11.3.2.1	Messdienstleistung als „Stand-alone-Produkt“	849
7.6.1.1	Modem	516	9.3.1.1.2	Kundenselbstablesung:	658	11.3.2.2	Messdienstleistung zur Verbesserung des Deckungsbeitrags/ als Added Value	852
7.6.1.2	Datensammler/ -konzentratoren/ -logger	517	9.3.1.1.3	Zählerfernauslesung:	659	11.3.2.3	Messdienstleistung als integrierte Leistung	855
7.6.1.3	Gateway (bspw. „MUC-Controller“)	518	9.3.1.2	Differenzierung nach Versorgungssparte	659	11.3.2.4	Messdienstleistung zur Technologieumsetzung: Smart Metering	858
7.6.1.4	Metering-Bus-Konverter/ -Master (M-Bus)	520	9.3.2	Differenzierung nach Branchenherkunft und Organisationsstruktur	662	11.3.2.5	Strategiebewertung	862
7.6.2	Datenübertragung im Smart Metering	521	9.3.3	Wettbewerb der System- und Technologiehersteller (Zählerfernauslesung/ Smart Metering)	663	11.4	Ausgewählte Strategien für Dienstleister	864
7.6.3	Übertragungsmodelle im Smart Metering	531	9.3.4	Alleinstellungsmerkmale	666	11.4.1	Preisstrategien	864
7.6.3.1	Modell 1: Powerline	531	9.3.4	Bekanntheit und Image	667	11.4.1.1	Preisführerschaft	864
7.6.3.2	Modell 2: Powerline/ GSM (GPRS)	533	9.4	Auswirkungen eines Smart-Metering-Rollouts	670	11.4.1.2	Premiumpreis	867
7.6.3.3	Modell 3: GSM (GPRS)	533	9.5	Ausgewählte Unternehmensprofile	672	11.4.2	Nischenstrategien/ Marktsegmentierung	870
7.6.3.4	Modell 4: Breitband (bspw. DSL)	534	9.5.1	Ausgewählte Dienstleister mit Schwerpunkt Ablesung	672	11.4.3	Produktstrategien	876
7.6.3.5	Punkt-zu-Punkt-Übertragung	535	9.5.1.1	co.met GmbH	672	11.4.4	Know-how-Transfer	881
7.6.3.6	Modellbewertung	537	9.5.1.2	Deutsche Post Com GmbH	677	11.4.5	Kooperation	884
7.6.4	IT-Systemlösungen	538	9.5.1.3	ENESCO GmbH	681	11.4.6	Benchmarking	891
7.6.4.1	EVB: Meterus	540	9.5.1.4	IFI Ingenieurbüro für Industrieanlagen GmbH	686	11.4.7	Strategiebewertung	895
7.6.4.2	Görlitz: EDW3000	541	9.5.1.5	Metering Service Gesellschaft mbH	688	12	Ausblick	899
7.6.4.3	Echelon: NES System Software	546	9.5.1.6	U-SERV GmbH	691	12.1	Einleitung	900
7.6.4.4	Actaris: ACE Vantage	548	9.5.2	Ausgewählte Abrechnungsdienstleister	694	12.2	Die Energiewirtschaft in 2020	901
7.6.4.5	Powel MDMS	549	9.5.2.1	24/7 United Billing GmbH	694	12.3	Abrechnung in 2020	905
8	Der Markt für Messdienstleistungen in Deutschland	552	9.5.2.2	A/V/E GmbH	698	12.4	Messstellenbetrieb in 2020	911
8.1	Einleitung und Erläuterung zur Darstellung des Marktes und der angewandten Methodik	553	9.5.2.3	BAS Abrechnungsservice GmbH & Co. KG	702	12.5	Ablesung/ Messdienstleistungen in 2020	914
8.2	Grundannahmen und Prämissen	557	9.5.2.4	CentraPlus GmbH & Co. KG	706	13	Praxistipps	919
8.2.1	Annahmen für alle Szenarien	557	9.5.2.5	DRECOUNT GmbH & Co. KG	710	13.1	Entscheidungsprobleme und Entscheidungsfindung	920
8.2.1.1	Allgemeine Grundannahmen	559	9.5.2.6	EnBW Vertriebs- und Servicegesellschaft mbH	713	13.2	Benchmarking der Messdienstleistungen	923
8.2.1.2	Ausgewählte Grundannahmen: Ablesung/ Messdienstleistung	560	9.5.2.7	e.dat GmbH	716	13.2.1	Einführung	923
8.2.2	Exogene und endogene Schocks/ Impacts auf dem Markt für Messdienstleistungen	562	9.5.2.8	ENTEGA Service GmbH	720	13.2.2	Ablauf	924
8.2.3	Überblick über szenariospezifische Annahmen	562	9.5.2.9	FACTUR Billing Solutions GmbH	724	13.2.3	Chancen und Risiken	925
8.2.3.1	Rahmenbedingungen: Gesamtwirtschaft	563	9.5.2.10	LAS GmbH	727	13.2.4	Optionen für die Ablesung	927
8.2.3.2	Rahmenbedingungen: Energiewirtschaft allgemein	564	9.5.2.11	regiocom GmbH	731	13.3	Personalintensität versus Technologieintensität	932
8.2.3.3	Rahmenbedingungen in Ablesung und Abrechnung für Strom, Gas, Wasser und Wärme einschließlich Heizkostenverteilung	566	9.5.2.12	swb Messung und Abrechnung GmbH	734	14	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	941
8.2.3.4	Entwicklung bei Technologien und Systemen	568	9.5.2.13	varys. Gesellschaft für Software und Abrechnung mbH	737	14.1	Abbildungsverzeichnis	941
8.2.3.5	Entwicklung der Anforderungen an Ablesung	570	9.5.3	Ausgewählte Messdienstleister (Heizkostenablesung/ -verteilung/ -abrechnung)	741	14.2	Tabellenverzeichnis	957
8.2.3.6	Entwicklung des Wettbewerbs in Ablesung und Messdienstleistung	571	9.5.3.1	Brunata-Metrona-Gruppe	741			
8.2.4	Annahmen für Szenario 1: „Moderater Einsatz von elektronischen Auslesesystemen“	574	9.5.3.2	ista Deutschland GmbH	745			
			9.5.3.3	Kalorimeta AG & Co. KG	749			
			9.5.3.4	Minol Messtechnik W. Lehmann GmbH & Co. KG	752			
			9.5.3.5	Techem GmbH	757			
			9.5.4	Ausgewählte System- und Technologiehersteller sowie IT-Dienstleister	760			
			9.5.4.1	BTC Business Technology Consulting AG	760			
			9.5.4.2	Derago e.K.	763			

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. 11-0434-2) »Der Markt für Messdienstleistungen (Strom, Gas)« zum Preis von EUR 4.200,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
 - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.

- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **Abrechnung, Zählerwesen und Kundenservice** zu.

- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **2009** 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	
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail den Newsletter zu erhalten.
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.
Datum	Unterschrift/Stempel
	12-0504-249

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 ganz- heitliche 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 Messdienstleistun- gen (Strom, Gas)« kostet EUR 4.200,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unterneh- mens) stellen wir Ihnen zu EUR 400,- pro Kopie zur Verfügung.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwert- steuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck in- nerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung. Bei Bestellung weiterer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist **ab sofort** verfügbar.

Weitere Studien

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

- Outsourcing der Energieliefer-Abrechnung: Prozessopti- mierung, höhere Flexibilität, Synergieeffekte, Kostenredu- zierung und -transparenz**
 Juni 2009, ca. 900 Seiten, EUR 4.200,00
- Customer-Self-Service in der Energiewirtschaft: Prozessop- timierung und Einsparpotenziale (2. Auflage)**
 Mai 2009, ca. 800 Seiten, EUR 4.200,00
- Netznutzungsentgeltabrechnung: Prozesse, Systeme, Ein- sparpotenziale**
 Januar 2009 ca. 600 S., EUR 4.400,00
- Wettbewerb im Gasmarkt: Neue Dynamik in einem der wichtigsten Energiemärkte –Produkte, Preise, Vertrieb und Kommunikation (3. Auflage)**
 Januar 2009, 1.247 Seiten, EUR 3.900,00 (inkl. Tabellenband: 5.400,00)
- Smart Metering (2. Auflage) - Deutschland vor dem Rollout? Projekte, Technologieentwicklung, Bewertungen**
 Oktober 2008, 944 Seiten, EUR 4.900,00
- Forderungsmanagement in der Verbrauchsabrechnung: Prozessoptimierung, Kennzahlen, Kostensenkungspotenzi- ale (3. Auflage)**
 Oktober 2008, 1.067 Seiten, EUR 4.500,00
- Der Markt für Messstellenbetrieb und Messdienstleistun- gen: Zählen und Messen in Deutschland ab 2008**
 Juli 2008, 977 Seiten, EUR 4.400,00
- Telefonzentrale, Call Center und Kundenservice in der Energiewirtschaft (3. Auflage)**
 November 2007, 1.063 Seiten, EUR 4.400,00
- Verbrauchsabrechnung: Service Levels und Standardisie- rung**
 November 2007, 613 Seiten, EUR 4.400,00
- Energiedatenmanagement bei EVU: Systeme, Prozesse, Herausforderungen**
 geplant, ca. 500 Seiten, EUR 4.400,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
 ©trend:research, 2009