



Mieterstrom

Kundenakquise und -bindung im Wohnungsmarkt:

Geschäftsmodelle, Kooperationsmöglichkeiten und Marktpotenziale bis 2020

Die aktuell erstellte Studie umfasst **303 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

- Nutzung von Kraft-Wärme-Kopplung und Photovoltaik im Bereich Mieterstrom
- Herausforderungen und Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung von Mieterstrom-Modellen
- Analyse und Bewertung von Betreiber- und Kooperationsmodellen
- Marktentwicklung und -potenziale in Deutschland bis 2020

- Steuerung dezentraler Energieerzeugung: Technologische Ergänzungen durch Speicher
- Chancen und Risiken von Mieterstrom-Modellen
- Wesentliche Wettbewerber bei Wohnungs- und Immobiliengesellschaften

Die dezentrale Energieerzeugung auch im kleinen Maßstab, vor Ort auf dem Dach oder im Keller des privaten Endverbrauchers, ist ein Teil der (deutschen) Energiewende. Energieversorgern und Wohnungs(bau)gesellschaften eröffnet dieser Trend die Chance, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, um zusätzliche Wertschöpfung zu generieren.

Energiedienstleister unterstützen ihre Kunden zunehmend beim Wunsch zu mehr Energieautarkie aktiv. Vom Vertrieb, Installation und Betrieb der Erzeugungsanlagen bis zum Lastmanagement sind hier zahlreiche Möglichkeiten vorhanden.

In diesem Zuge rücken auch Mieter von Wohnimmobilien, die bislang keine Möglichkeit hatten von den Vorteilen der Direkterzeugung zu profitieren, in den Fokus der Energieversorger. In Kooperation mit Wohnungs(bau)gesellschaften installieren sie auf und in deren Immobilien bspw. Photovoltaik-Anlagen und Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (KWK). Der Strom wird anschließend dort verbraucht, wo er erzeugt wird.

Das Potenzial ist enorm: Im Jahr 2014 lebten über 40 Mio. Menschen in einem Mietwohnverhältnis. Allein im Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen haben sich rund 3.000 Wohnungs- und Immobilienunternehmen in Deutschland zusammengeschlossen, die Mietwohnungen von über 13 Mio. Menschen bewirtschaften.

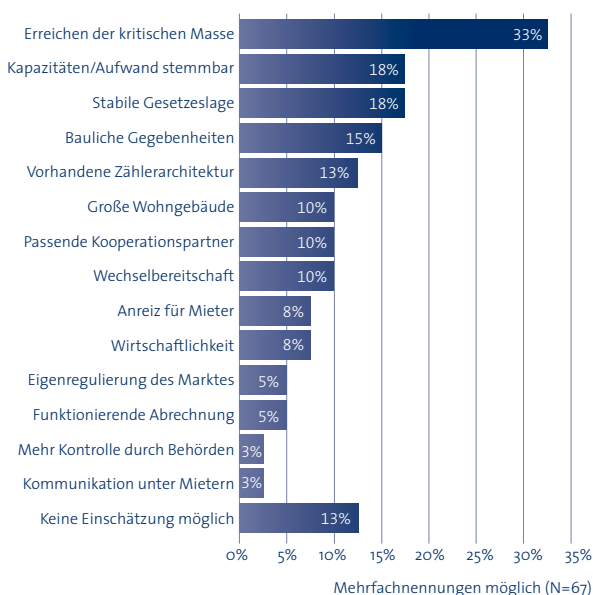
Das Geschäftsmodell bietet den Energieversorgern und der Wohnungswirtschaft viele Vorteile, bspw. gewinnen sie neue oder binden bestehende Kunden. Durch entsprechende Vertragsgestaltungen liefern sie ergänzende Strommengen an die Mieter, wenn deren Verbrauch die Direkterzeugung übersteigt. Zudem werden die

Energieversorger direkte Partner ihrer Kunden – sowohl der Wohnungsgesellschaften als auch der Mieter. Sie übernehmen bspw. Beratung, Vertrieb, Betrieb der Anlagen, Messung, Bilanzierung und Abrechnung – und können über diese Geschäftsaktivitäten (z.B. Smart Home) wegfallende Margen in der Stromlieferung kompensieren. Diese Kundenbeziehungen lassen sich für weitere Geschäftsaktivitäten ausbauen.

Die trend:research-Potenzialstudie analysiert die aktuellen Entwicklungen in diesem Markt und bietet fundierte Informationen für die einzelnen Akteure. Die Studie gibt u. a. Antworten auf folgende Fragestellungen:

- Welchen Einfluss haben die rechtlichen Rahmenbedingungen auf das Mieterstrom-Modell?
- Welche Modelle und Tarife sind am Markt zu beobachten?
- Worin bestehen die Vor- und Nachteile des Mieterstrom-Modells?
- Welche Anforderungen stellen Wohnungsgesellschaften im Bereich Mieterstrom?
- Wo liegen die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei der Umsetzung von Mieterstrom-Projekten?
- Wie sieht die Wettbewerbsstruktur aus?
- Welche Unternehmensstrategien bieten sich den Marktakteuren?
- Wie groß ist der Markt und welches Marktpotenzial ist zu erwarten?
- Welche Wachstumspotenziale besitzt das Mieterstrom-Konzept?
- Welche Chancen und Risiken bestehen für die Marktakteure?

Welche Voraussetzungen müssen für eine erfolgreiche Umsetzung von Mieterstrom-Projekten in Deutschland gegeben sein?
(n=40; Befragungsgruppen mit und ohne Mieterstrom)



Mieterstrom

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Ausgehend von den aktuellen gesetzlichen Rahmenbedingungen, politischen Zielsetzungen sowie des Status quo der Energie- und Wohnungsmärkte werden in dieser Studie die Entwicklungen und Potenziale von Mieterstrom-Projekten analysiert. Im Rahmen der Studie erfolgt eine Darstellung der Anforderungen und Marktakteure, inkl. ihrer jeweiligen Vertragsbeziehungen sowie der relevanten Förderinstrumente und Technologien. In diesem Zusammenhang werden zudem Optionen für die Gestaltung von Vertrieb und Marketing für Mieterstrom-Projekte aufgezeigt und Anwendungsbeispiele näher betrachtet.

Die Studie untersucht außerdem Wachstumpotenziale, mögliche Hindernisse und Erfolgsfaktoren und hilft, innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und sich auf die zukünftigen Anforderungen der Erzeugungs- und Vertriebsmärkte auszurichten.

Die Erkenntnisse dieser Studie basieren auf einer umfangreichen Befragung sowie einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen im Markt für Mieterstrom-Projekte. Auf dieser Basis werden Handlungsoptionen aufgezeigt, die zur Unterstützung strategischer und operativer Entscheidungen herangezogen werden können. In der Studie wird herausgearbeitet, inwiefern sich Mieterstrom, je nach Entwicklung, umsetzen lässt und welche Gegebenheiten dabei berücksichtigt werden sollten.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichten usw.) flossen in die Potenzialstudie 40 strukturierte Interviews ein. Von insgesamt 470 angesprochenen Unternehmen hatten sich lediglich 13 Prozent bereits mit der Thematik Mieterstrom beschäftigt. Die Interviews setzen sich aus folgenden Zielgruppen zusammen:

- Energieversorgungsunternehmen
- Wohnungswirtschaft

Die Auswertung der Ergebnisse aus Field- und Desk-Research führt zu abgesicherten Aussagen über Märkte, Trends, Wettbewerb und Handlungsoptionen. Mit Hilfe der multivarianten Trend-Impact-Analyse™ wurden Daten und Informationen quantifiziert und in einer wissensbasierten Datenbank konzentriert. Daraus wurden u. a. Szenarien gebildet und entsprechende Prognosen generiert.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern und der Wohnungswirtschaft, den Markt für Mieterstrom-Projekte und damit den Ausbau der dezentralen Energieversorgung bzw. in den Wohnimmobilien einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigene Strategie vor diesem Hintergrund auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich z. B. für Vorstände, Geschäftsführungen, Marketing, Vertrieb, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie den Geschäftsbereichen Energieanlagen/-erzeugung etc.

1	Summaries	12	4	Status quo: Marktstruktur und Anforderungen an Mieterstrom-Modelle	110
1.1	Executive Summary	12			
1.2	Management Summary	16	4.1	Marktstruktur des Energievertriebs an Mieter	110
2	Allgemeine Grundlagen	71	4.1.1	Entwicklung der Anbieterstruktur	110
2.1	Einleitung	71	4.1.2	Tarifmodelle	111
2.2	Ziele und Nutzen	72	4.1.3	Messkonzepte und Abrechnungsmodelle im Mieterstrom-Modell	115
2.3	Methodik	73	4.1.4	Wechselverhalten der Privatkunden	119
2.4	Studiendesign	75	4.1.5	Leistungen im Segment Mieterstrom (Befragungsergebnis)	119
2.5	Begriffsdefinitionen	77	4.2	Marktstruktur in der Wohnungswirtschaft	122
2.5.1	Mieterstrom	77	4.2.1	Kommunale Wohnungsunternehmen	124
2.5.2	Contracting	77	4.2.2	Privatwirtschaftliche Wohnungsunternehmen	125
2.5.3	Eigenerzeugung, Eigenversorgung, Eigenverbrauch	78	4.2.3	Wohnungsgenossenschaft	125
2.5.4	Stromdirektlieferung, Direktversorgung, Direktverbrauch	79	4.2.4	Kirchliche Wohnungsunternehmen	126
3	Rahmenbedingungen	81	4.2.5	Landes- und bundeseigene Wohnungsunternehmen	126
3.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	81	4.3	Vor- und Nachteile sowie weitere Anforderungen aus Anwendersicht	127
3.1.1	EU-Richtlinien und Vorgaben	82	4.3.1	Vorteile von Mieterstrom-Modellen	127
3.1.1.1	Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen	82	4.3.2	Nachteile von Mieterstrom-Modellen	129
3.1.1.2	Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden	83	4.3.3	Anforderungen an Mieterstrom-Anbieter (Befragungsergebnisse)	130
3.1.1.3	Richtlinie zur Förderung der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen	84	4.3.4	Nutzung Erneuerbarer Energien im Rahmen von Mieterstrom-Modellen	131
3.1.1.4	Übersicht: Energiekonzept der Bundesregierung	85	4.3.5	Bedeutung innovativer Produkte und Leistungen (Smart Energy)	132
3.1.1.5	Energieeinsparverordnung (EnEV)	87	5	Betreibermodelle und Anwendungsbeispiele	137
3.1.1.6	Stromsteuergesetz (StromG)	87	5.1	Betreibermodelle für die Realisierung eines Mieterstrom-Projektes	137
3.1.1.7	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	88	5.2	Anwendungsbeispiele	143
3.1.1.8	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	89	5.2.1.1	Das MyEnergySolution Mieterstrom-Konzept	143
3.1.1.9	Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKG)	92	5.2.1.2	Fidelispark Offenburg	144
3.1.1.10	Netzentgelt	94	5.2.1.3	Forschungsprojekt „3E-Mehrfamilienhaus“, LichtBlick	145
3.1.1.11	Miet-/Pachtvertragsrecht	97	5.2.1.4	Kraft-Wärme-Kopplung im Mieterstrom Modell - STÄWOG in Bremerhaven	147
3.1.1.12	Eigentumsrecht	97	5.2.1.5	Mieterstrom für Eberbach bei Mosbach (WIRSOL und NATURSTROM)	148
3.1.1.13	Energetische Sanierung bei Mietshäusern	98	5.2.1.6	Mieterstrom in Aschaffenburg	150
3.1.1.14	Mietrecht bzgl. Energieversorgung	99	5.2.1.7	Mieterstrom-Kooperation: TOSHIBA und Vonovia (ehem. GAGFAH)	151
3.2	Energiewirtschaftliche Strukturen	100			
3.2.1	Markt- und Preisentwicklung fossiler und erneuerbarer Energieträger	100			
3.2.2	Entwicklung des Ausbaus von Photovoltaikanlagen	104			
3.2.3	Entwicklung des Ausbaus von KWK-Anlagen	107			
3.2.4	Integration von Batteriespeichern zur Steigerung des Eigenverbrauchs	107			
3.2.5	Anforderungen an die Strom- und Wärmeversorgung: Markt vs. Politik	108			

5.2.1.8	„Neue Heimat“ Nußloch, Heidelberg	152	8.2.2	Wirtschaftlichkeit von Mieterstrom-Projekten	186	9.5	Exkurs: Entwicklung Speichertechnologie und Integration in Mieterstrom-Modelle	245
5.2.1.9	Pilotprojekt Mieterstrom Mainova/ABG in Frankfurt	153	8.2.2.1	Mieterstrompreise im Vergleich	188	9.6	Zusammenfassung	250
5.2.1.10	Power@Home der Stadtwerke Augsburg	154	8.2.2.2	Benötigte Mieteranzahlen	190	10	Wettbewerb im Bereich Mieterstrom	255
5.2.1.11	URBANA Mieterstrom-Projekt in Berlin	155	8.2.2.3	Herausforderung Mieterwechsel	191	10.1	Wettbewerbssituation im Gesamtmarkt	255
5.2.1.12	Wohnprojekt „Haus der Zukunft“ in Regensburg	156	8.3	Distributionspolitik	191	10.2	Große Wettbewerber in der Immobilienwirtschaft	256
5.2.1.13	ZuhauseStrom von Lichtblick in Berlin-Hellersdorf	157	8.3.1	Relevante Distributionskanäle	192	10.3	Relevante Wohnungsgesellschaften	257
6	Vertragsgestaltung und Förderprogramme	161	8.3.1.1	Direkt	192	10.3.1	degewo AG	257
6.1	Vertragsgestaltung mit Wohnungsunternehmen	161	8.3.1.2	Indirekt	194	10.3.2	Deutsche Wohnen AG	259
6.1.1	Vertragsgegenstand und Vertragsgrundlagen	162	8.3.2	Kundenbindungsmaßnahmen	195	10.3.3	GAG Immobilien AG	261
6.1.2	Leistungen des Anlagenbetreibers	164	8.3.3	Kundengewinnung	197	10.3.4	LEG Immobilien AG	263
6.1.3	Garantieregungen und Haftung	164	8.4	Kommunikationspolitik	199	10.3.5	Prelios Deutschland GmbH	265
6.1.4	Vergütung des Anlagenbetreibers	164	8.4.1	Relevante Kommunikationskanäle	199	10.3.6	SAGA GWG	267
6.1.5	Eigentumsregelungen vor und nach Vertragsende	165	8.4.2	Markenbildung	201	10.3.7	TAG Immobilien AG	269
6.1.6	Kündigung und Vertragsbeendigung, Veräußerung/Stillstand der Gebäude/Anlagen	165	8.4.3	Imageaufbau	201	10.3.8	Vivawest Wohnen GmbH	271
6.2	Vertragsgestaltung mit Endkunden (Mieterstrom-Kunden)	166	9	Markt und Marktentwicklung bis 2020	204	10.3.9	Vonovia SE	273
6.3	Fördermöglichkeiten für Mieterstrom-Projekte	167	9.1	Einleitung und Methodik	204	11	Trends, Chancen und Risiken	276
6.3.1	BAFA-Förderprogramm für Beratungen zum Energiespar-Contracting	167	9.1.1	Grundlagen	205	11.1	Trends	276
6.3.2	KfW-Programm für Erneuerbare Energien	168	9.1.2	Erläuterung der Szenarioanalyse	206	11.2	Chancen und Risiken	277
7	Technologien im Bereich Mieterstrom	171	9.1.3	Markt (Status quo)	208	11.2.1	... für Energieversorger	279
7.1	Kleinwindanlagen (< 50 kW)	172	9.1.4	Erläuterung der Prämissendarstellung	208	11.2.2	... für Wohnungs- und Immobilienunternehmen	281
7.2	Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen	173	9.2	Marktspezifische Prämissen	210	11.2.3	... für Endkunden (Mieterstrom-Kunden)	284
7.2.1	Blockheizkraftwerke	173	9.2.1	Basisprämissen	210	12	Strategien	286
7.2.2	Biogas-BHKW	174	9.2.1.1	Konjunkturentwicklung	210	12.1	Strategiedefinition	286
7.3	Photovoltaik	175	9.2.1.2	Stromverbrauch in privaten Haushalten	212	12.2	Prozesse zur Strategiefindung	287
7.4	Speichertechnologien	175	9.2.1.3	Entwicklung Mieteranzahl	213	12.3	Strategieoptionen für unterschiedliche Marktteilnehmer	288
7.5	Exkurs: E-Mobilität	176	9.2.1.4	Förderung von Kraft-Wärme-Kopplung	218	12.3.1	Energieversorger	288
8	Handlungsoptionen im Marketing-Mix	180	9.2.2	Szenariospezifische Prämissen	214	12.3.1.1	First-Mover (Wettbewerbsvorteil)	288
8.1	Produktpolitik	181	9.2.2.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	214	12.3.1.2	Branchenspezialisierung (individuelle Lösungen)	289
8.1.1	Standardprodukte	181	9.2.2.1.1	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG-Umlage)	214	12.3.1.3	Kooperationen	291
8.1.2	Bündelprodukte	181	9.2.2.1.2	Stromsteuer	215	12.3.1.4	Direktansprache (Kundenbindung/-gewinnung)	292
8.1.2.1	Paketlösungen	182	9.2.2.1.3	Netzentgelt	216	12.3.1.5	Ausbau Erneuerbarer Energien	293
8.1.2.2	Add-on Services	183	9.2.2.1.4	Förderung von Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen bis 100 kW	234	12.3.2	Wohnungsunternehmen	293
8.1.3	Full-Service-Angebote	184	9.2.2.2	Strom-/Gaspreisentwicklung	219	12.3.2.1	Image verbessern (Steigerung der Vermietbarkeit)	293
8.1.4	Individuelle Produktlösungen und Dienstleistungen	184	9.2.2.3	Nachfrage bzgl. Direktverbrauch	221	12.3.2.2	Sanierung ohne Eigeninvestition	294
8.2	Preispolitik	186	9.3	Markthemmnisse (Befragungsergebnisse)	222	12.3.2.3	Vermietung von Standplätzen	294
8.2.1	Preisfindung	186	9.3.1	Hemmnisse	224	12.3.2.4	Kooperationen	295
			9.3.2	Erfolgsfaktoren	227	13	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	297
			9.4	Die Marktentwicklung für Mieterstrom bis 2020	229			
			9.4.1	...nach Anlagen-Modell	233			
			9.4.1.1	Kraft-Wärme-Kopplung	234			
			9.4.1.1.1	Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen bis 100 kW	234			
			9.4.1.1.2	Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen über 100 kW	236			
			9.4.1.2	Photovoltaik	237			
			9.4.1.2.1	Photovoltaikanlagen bis 540 kWp	238			
			9.4.1.2.2	Photovoltaikanlagen über 540 kWp	240			
			9.4.2	...nach Wohnungsunternehmen	241			

Die Studie umfasst 303 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung können sich Inhalte sowie Seitenzahlen noch leicht ändern.

Faxantwort an 0421 . 43 73 0-11

oder per Post an trend:research GmbH • Parkstraße 123 • 28209 Bremen
sowie im Internet unter www.trendresearch.de

- ☐ Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 18-0556)
»Mietstrom«
zum Preis vonEUR 3.900,00

und zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)

personalisiert auf*

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

- ☐ Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnis-Workshops (siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]

- ☐ Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2015** zu.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden:

- ☐ Erhalt dieser Disposition
☐ per Post
☐ per E-Mail
☐ Internet
☐ Empfehlung durch
☐ Presseartikel in
☐ Sonstiges

* Die mit einem Stern gekennzeichneten Felder müssen bitte ausgefüllt werden.

Vorname:*

Name:*

Funktion:

Unternehmen:*

Straße:*

PLZ/Ort:*

Tel./Fax:*

E-Mail:*

- ☐ Wir sind **nicht** damit einverstanden, den Newsletter von trend:research zu erhalten.

Datum

Unterschrift/Stempel

trend:research

Trend- und Marktforschungsstudien werden von trend:research aktuell und exklusiv erarbeitet. Umfangreiche eigene (Primär-)Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten, aufbereitet mit eigener Methodik, führen zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die Schwerpunkte sind Untersuchungen 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.

Ergebnis-Workshop

Im Ergebnis-Workshop werden die Kernergebnisse der Studie vorgestellt und diskutiert. Eine inhaltliche Fokussierung der Vorstellung für das teilnehmende Unternehmen ist möglich. Der Ergebnis-Workshop ermöglicht darüber hinaus durch gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen.

Konditionen

Die Potenzialstudie »Mietstrom« kostet als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 3.900,00. Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,00 zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. 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 Studie ist ab **sofort** verfügbar.

Weitere Studien

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

- ☐ **Smart Meter Gateway Administration**
November 2015, 539 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Digitalisierung in der Energiewirtschaft**
Oktober 2015, 553 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Kundenbindung bei Energieversorgern (5. Auflage)**
Juni 2015, 522 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Wunderwaffe Energieeffizienz (2. Auflage)**
Mai 2015, 524 Seiten, EUR 4.500,00
- ☐ **Smart Building**
Mai 2015, 573 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Self Services in der Energiewirtschaft**
Februar 2015, 459 Seiten, EUR 3.900,00
- ☐ **Der Markt für BHKW in Deutschland bis 2025 (2. Auflage)**
Januar 2014, 721 Seiten, EUR 4.500,00
- ☐ **Integration dezentraler Anlagen in die allgemeine Stromversorgung**
Dezember 2013, 723 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Dezentrale Energieerzeugung in Deutschland bis 2030 (2. Auflage)**
In Bearbeitung, ca. 600 Seiten, EUR 5.900,00
- ☐ **Der Markt für Photovoltaik in Deutschland bis 2025**
In Bearbeitung, ca. 400 Seiten, EUR 4.900,00

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

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

● Bremen
● Bremerhaven
● Köln