

Vorwort.....	3
Energieversorger im Wettbewerb.....	11
Christiana Köhler-Schute	
1 Wettbewerbssituation	11
1.1 Struktur und regionale Präsenz der Energieversorger.....	11
1.2 Neue Märkte und neue Wettbewerber	14
1.3 Der bundesdeutsche Absatzmarkt am Beispiel Strom.....	15
1.4 Zusammenfassung.....	17
2 Die Energieversorger aus Kundensicht – das Image und die Kundenzufriedenheit.....	18
2.1 Das Image	18
2.2 Kundenzufriedenheit	23
2.3 Zusammenfassung.....	30
3 Das Wechselverhalten der Kunden, Vertragsstrukturen und Preise	31
3.1 Haushaltskunden Elektrizität.....	31
3.2 Haushaltskunden Gas	36
3.3 Gewerbe- und Industriekunden Strom	39
3.4 Gewerbe- und Industriekunden Gas	40
3.5 Zusammenfassung.....	41
4 Das Verhalten der Energieversorger – der Kunde rückt wieder in den Fokus	42
5 Schlussbetrachtung	45
Kundenwertanalyse und analytisches CRM – Ausschöpfung von Vertriebspotenzialen im Strom- und Gasvertrieb	48
Dennis Riecken und Helge Sommerer	
1 Aktuelle Marktsituation.....	48
1.1 Darstellung der Kundenstruktur bei Energieversorgern und des allgemeinen Kundenverhaltens	48
1.2 Kennzeichnung wesentlicher Herausforderungen im Energiemarkt, insbesondere auf der Wertschöpfungsstufe Vertrieb	50
1.3 Durchführung einer Branchenstrukturanalyse nach Porter zur Beurteilung der Wettbewerbsintensität im Energiemarkt.....	51
2 Ermittlung der Kundenrentabilität mit Hilfe des Customer Lifetime Value (CLV).....	53
2.1 Ziele und Zweck einer Kundenwertanalyse	53
2.2 Besonderheiten im Energiemarkt und Vergleich mit anderen Branchen	54
3 Analytisches CRM im Energievertrieb – Business Benefits und technische Integrationsmöglichkeiten	55
4 Ausblick: Analytisches CRM schafft Wettbewerbsvorteile.....	58
Last- und zeitvariable Tarifierung	61
Sascha Reif	
1 Einführung.....	61

Inhaltsverzeichnis

2	Neue Marktchancen für den Vertrieb	61
3	Zunahme der Volatilität der Märkte.....	62
4	Zentral versus dezentral	63
5	Transparente Abläufe	64
6	Tarifierung im Cloud-Betrieb.....	65

Effizienter Energievertrieb bei Wohnungswirtschaftsgesellschaften und Handelsketten

Markus Rahe

1	Einführung.....	67
2	Anforderungen an die Datenqualität	68
3	Zuordnung des Netz-/Bilanzierungsgebiets und des Messstellenbetreibers	68
4	Kostenzusammenstellungen.....	69
5	Die üblichen Berechnungen.....	70
6	Vom Angebot zum Vertrag	71
7	Fazit	73

Über die Erzeugereinsatzoptimierung im Rahmen automatisierter Prozessleitsysteme von Energieversorgungsunternehmen

Dr. Sebastian Otto und Dr.-Ing. Ingrid Heinrich

1	Problemstellung	74
2	Das Lösungskonzept des LoadManager®	75
	2.1 Der LoadManager®.....	75
	2.2 Energieprognosen mit dem LoadManager®.....	77
	2.3 Einsatzoptimierungen mit dem LoadManager®.....	79
3	Automatisierte Fernwärmebewirtschaftung mit dem LoadManager®	80
	3.1 Fernwärmeprognosen	80
	3.2 Optimiertes Fernwärmelastmanagement.....	81
	3.3 Automatisierung	85
4	Zusammenfassung und Ausblick.....	85

Weg von der vertikalen Organisationsstruktur – Wie der Wandel zur Digitalisierung in Unternehmen praktisch umgesetzt werden kann

Hardi Probst und Stefan Lipowsky

1	Einführung.....	87
2	Die Ausgangslage.....	88
3	Die konkrete Problemstellung	89
4	Die Umsetzung	90
5	Was die neue Software praktisch leistet.....	93

Tabellen

Tabelle 1: CURSOR Software AG; ene´t GmbH; Ferranti Computer Systems; Ingenieurbüro Last- und Energiemanagement; IQone GmbH

1	Allgemeine Systeminformationen	96
2	Kalkulationswerkzeug	105

3 Zeitreihenverwaltung.....	117
4 Prognoseverfahren.....	121
5 Kundenbeziehungsmanagement	123
6 Vertragsdatenverwaltung	125
7 Controlling- und Steuerungsmechanismen.....	128
8 Portfoliomanagement.....	132
9 Sonstige Funktionen	135
10 Kundenschwerpunkte und Ansprechpartner.....	137
11 Referenzkunden.....	138

Tabelle 2: KISTERS AG; msu solutions GmbH; prevero AG; PSI Energy Markets GmbH

1 Allgemeine Systeminformationen	139
2 Kalkulationswerkzeug	147
3 Zeitreihenverwaltung.....	159
4 Prognoseverfahren.....	161
5 Kundenbeziehungsmanagement	163
6 Vertragsdatenverwaltung	165
7 Controlling- und Steuerungsmechanismen.....	167
8 Portfoliomanagement.....	171
9 Sonstige Funktionen	174
10 Kundenschwerpunkte und Ansprechpartner.....	176
11 Referenzkunden.....	176

Tabelle 3: Robotron Datenbank-Software GmbH; Schleppen AG; SunGard Systeme GmbH; Wilken GmbH

1 Allgemeine Systeminformationen	177
2 Kalkulationswerkzeug	184
3 Zeitreihenverwaltung.....	196
4 Prognoseverfahren.....	199
5 Kundenbeziehungsmanagement	201
6 Vertragsdatenverwaltung	202
7 Controlling- und Steuerungsmechanismen.....	204
8 Portfoliomanagement.....	208
9 Sonstige Funktionen	211
10 Kundenschwerpunkte und Ansprechpartner.....	213
11 Referenzkunden.....	213

Unternehmensdarstellungen	214
--	------------

Autorenporträts	219
------------------------------	------------