

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Der Stromeinkauf in Unternehmen	2
1.2	Die zunehmende Komplexität der Strombeschaffung	3
1.3	Das Optimierungspotenzial bei mittelständischen Unternehmen	3
1.4	Ganzheitliche Strombeschaffungsstrategie	5
1.5	Unternehmensindividuelle Entscheidungskriterien	6
2	Der Strommarkt und die Strompreisbildung	9
2.1	Der Stromgroßhandelsmarkt	11
2.2	Die Mechanismen der Strompreisbildung	25
2.3	Die Branche der Stromversorger	34
3	Die Grundlagen für den Stromeinkauf	39
3.1	Die verschiedenen Arten der Verbrauchsmessung	40
3.2	Benutzungsstunden	46
3.3	Die unterschiedlichen Vertragsgrundlagen	46
3.4	Die Regelung von Mengenabweichungen	51
3.5	Der Arbeitspreis und Grundpreis	56
4	Die Strombeschaffungsstrategien	61
4.1	Die verschiedenen Strombeschaffungsmodelle	62
4.2	Die Grundlagen der Grünstrombeschaffung	96
5	Die weichen Faktoren der Strombeschaffung	111
5.1	Das Wechselmanagement	112
5.2	Das Abrechnungsmanagement	113
5.3	Die Reporting-Dienstleistungen	115
5.4	Das Vertragsmanagement	119
5.5	Die Organisation der Kundenbetreuung	120

6 Das Outsourcen der Strombeschaffung	123
6.1 Der Markt für Energieberater	123
6.2 Die Chancen und Risiken des Outsourcings	125
6.3 Einkaufsgemeinschaften als Alternative zur individuellen Beschaffung	133
7 Die Organisation der Stromausschreibung	135
7.1 Die Gründe für die Stromausschreibung	136
7.2 Transparenz über die eigenen Vertragskonditionen	136
7.3 Die Stromausschreibung als Projekt	138
7.4 Typische Problemfelder der Stromausschreibung	142
Anhang	155
Sachverzeichnis	161