

Smart City / Energy

ZfK+ "Messstellenbetreiber brauchen ein breites Angebot, um im Wettbewerb zu bestehen"

Das Messstellenbetriebsgesetz feiert fünfjähriges Bestehen. Wie sich die Rolle des Messstellenbetreibers geändert hat, welche Geschäftsmodelle lukrativ sind und wann sich der Wettbewerbliche lohnt, erklären Jochen Buchloh und Roland Olbrich von der Horizonte-Group.

27.09.2021



"Der wettbewerbliche Messstellenbetreiber muss seine Kunden nicht diskriminierungsfrei und transparent bedienen und kann stattdessen Produkte Kunden-individuell so anbieten, dass die Wirtschaftlichkeit gesichert ist", erläutern Jochen Buchloh, Senior Partner bei der Horizonte Group (links) sowie Roland Olbrich, Partner bei der Horizonte Group.

Bild: © Horizonte-Group

Fünf Jahre Messstellenbetriebsgesetz, was hat sich hier für Messstellenbetreiber geändert?

Roland Olbrich, Partner Horizonte-Group: Bis MsbG war das Standardprodukt des Messstellenbetriebs mit Ferraris-Zählern. Dieser Zähler ist ein langlebiges Produkt mit verlässlichen Erträgen und langfristiger Kundenbindung. Nun muss der Messstellenbetreiber eine komplexe Kommunikationsinfrastruktur in Form von intelligenten Messsystemen ausbringen. Diese dient natürlich zum Messen – ermöglicht aber auch mannigfaltige Mehrwert-Produkte. Somit lassen sich völlig neue Geschäftsfelder erschließen, die ihrerseits allerdings auch branchenübergreifend Wettbewerber auf den Plan rufen.

In welcher Größenordnung sind intelligente Messsysteme zu verbauen?

Jochen Buchloh, Senior-Partner Horizonte-Group: Aktuell sind bei 6,6 Mio. von insgesamt 52,7 Mio. Messstellen – also etwa 12,5 Prozent – intelligente Messsysteme verpflichtend einzubauen. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) und das Bundeswirtschaftsministerium prognostizieren, dass Pflichteinbauten bis 2030 auf über 15 Mio. anwachsen aufgrund der Anbindung von EEG / KWKG-Anlagen und §14a-Anlagen. Bei gleicher Grundmenge sind dann also intelligente Messsysteme bei etwa 28 Prozent aller Messtellen Pflicht. Und wettbewerblicher Ausbau ist hier noch gar nicht eingerechnet.

Was bedeutet das konkret für die Geschäftsmodelle?

Olbrich: Das Standard-Geschäftsmodell, also das Ablesen von Ferraris-Zählern, wird auch künftig in Form von modernen Messeinrichtungen erträglich weiterlaufen. Bei der reinen Fernauslesung von intelligenten Messsystemen sieht das anders aus. Diese ist komplex und teuer, gleichzeitig kann zumindest der grundzuständige Messstellenbetreiber nur eine niedrige Preisobergrenze ansetzen. Somit muss der

Messstellenbetreiber die auszubringende iMSys-Infrastruktur für weitere Produkte nutzen und entsprechende Geschäftsmodelle wie Submetering, Mieterstrom oder E-Mobility entwickeln. Glücklicherweise muss der Messstellenbetreiber dies nicht zwangsläufig aus eigener Kraft stemmen, sondern kann auf eine stetig wachsende Anzahl an White-Label Sub-Dienstleistern mit spezialisierten Lösungen zugreifen.

Welche Auswirkungen hat der Wettbewerb auf Messstellenbetreiber?

Buchloh: Der Wettbewerb wird nicht nur aus der Energiewirtschaft, sondern auch von anderen Branchen wie Submetering oder Immobilienwirtschaft massiv intensiviert. Diese werden mit attraktiven iMSys-basierten Bündelprodukten an die bisherigen Messstellenbetriebs-Kunden herantreten. Auch aus dieser Richtung gilt also: Der Messstellenbetreiber muss ein breites und modulares Angebot an Produkten entwickeln, um hier im Wettbewerb bestehen zu können.

Ist es ratsam, neben dem grundzuständigen Messstellenbetrieb auch den wettbewerblichen abzudecken

Olbrich: Große Messstellenbetreiber bei lokal ausgeprägtem Wettbewerb sollten den wettbewerblichen ausprägen. Der grundzuständige Messstellenbetrieb muss nämlich alle Kunden diskriminierungsfrei und transparent bedienen – also zu gleichen preislichen Konditionen, die zudem noch zu veröffentlichen sind. Der Wettbewerbliche muss das nicht und kann stattdessen Produkte Kunden-individuell so anbieten, dass die Wirtschaftlichkeit gesichert ist. Voraussetzung hierzu ist natürlich, dass der Messstellenbetreiber seine prospektiven Kunden kennt und das individuelle Geschäftspotenzial einschätzen kann.

Wie sollen – vor allem kleine – Messstellenbetreiber das überhaupt alles händeln?

Buchloh: Kleine Messstellenbetreiber haben die Herausforderung, dass der Aufbau der iMSys-basierten Geschäftsfelder rund um den Messstellenbetrieb teuer ist – insbesondere wenn auch noch ein wettbewerblicher Messstellenbetrieb auszuprägen ist. Dem steht bei kleinen Messstellenbetreibern nur ein begrenztes Kundenpotenzial gegenüber. Kleine Unternehmen sollten sich also nach Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Messstellenbetreibern umschauen, um erforderliche IT-Dienstleistungen und Gerätebeschaffungen zu bündeln. Durch kooperative Umsetzung können so die Kosten deutlich sinken – und man profitiert auch noch durch die gemeinschaftliche Bearbeitung aller künftigen Themen.

Die Fragen stellte Stephanie Gust

Mehr zum Thema



ZfK Smart City / Energy

Hälfte der Deutschen hofft auf Technologien gegen den Klimawandel



ZfK Smart City / Energy

Smart-Mobility: Diese deutschen Kommunen profitieren besonders von finanzieller Unterstützung



Smart City / Energy

Bonn Netz setzt Pflichtvisualisierung beim Rollout um