

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	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
<b>2</b>	<b>Der Strommarkt und die Strompreisbildung</b>	9
2.1	Der Stromgroßhandelsmarkt	11
2.2	Die Mechanismen der Strompreisbildung	25
2.3	Die Branche der Stromversorger	34
<b>3</b>	<b>Die Grundlagen für den Stromeinkauf</b>	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
<b>4</b>	<b>Die Strombeschaffungsstrategien</b>	61
4.1	Die verschiedenen Strombeschaffungsmodelle	62
4.2	Die Grundlagen der Grünstrombeschaffung	96
<b>5</b>	<b>Die weichen Faktoren der Strombeschaffung</b>	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

---

<b>6</b>	<b>Das Outsourcen der Strombeschaffung</b>	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
<b>7</b>	<b>Die Organisation der Stromausschreibung</b>	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
	<b>Anhang</b>	155
	<b>Sachverzeichnis</b>	161

Strategien zur Strombeschaffung in Unternehmen

Energieeinkauf optimieren, Kosten senken

Schumacher, I.; Würfel, P.

2015, VI, 163 S. 12 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-07421-0