

STROMMARKTWSISSEN FÜR DEN VERTRIEB

SEMINAR, 1 TAG

Dieses Seminar ist speziell für die Zielgruppe des Stromvertriebs konzipiert. Insbesondere im Gespräch mit Großkunden wird ein fundiertes Basiswissen über die wichtigsten energiewirtschaftlichen Begriffe und Prinzipien immer bedeutender. Der Kunde möchte nicht einfach nur Energie geliefert bekommen, sondern er möchte darüber hinaus verstehen, was die Energiewende bedeutet, aus welchen Quellen sein Strom stammt und welche Preisentwicklung zukünftig zu erwarten ist.

Ihre Inhalte

Kurzüberblick über den liberalisierten Strommarkt

- die energiewirtschaftliche Wertschöpfungskette
- Besonderheiten im Strom – Kraftwerke, Erneuerbare Energien und Nicht-Speicherbarkeit

Wie wird die Energie für den Kunden beschafft? Strombeschaffung

- Grundlagen zur Bewirtschaftung von Bilanzkreisen
- Überblick über die Beschaffungsmärkte für Strom
- Unterschied: SLP- und RLM-Kunden
- Vorstellung der verschiedenen Großhandelsprodukte (Spotmarktprodukte, Terminmarktprodukte)
- Welche Faktoren beeinflussen den Strompreis?
- Welche Auswirkungen hat die Energiewende auf die Märkte?

Wie entsteht der Vertriebspreis? Die Schnittstelle zwischen Beschaffung und Vertrieb

- Bestandteile des Strompreises für Endkunden
- der Zusammenhang zwischen Beschaffungsstrategie und Preis
- die Bepreisung von Lastgängen mittels hPFC
- Grundlagen eines Portfoliomanagements
- Risiken und Fallstricke im Strombereich

Ausgewählte Vertriebsprodukte und ihre Umsetzung in der Beschaffung

- Tranchenmodelle, Rabattmodelle
- Vertriebsprodukte mit Optionalitäten
- Die „grüne Eigenschaft“ von Strom als Verkaufsargument – wie funktioniert der Markt für Grünstrom bzw. Herkunftsnachweise (HKN)



ZIELGRUPPE

- Mitarbeiternde aus dem Strom- und Gasvertrieb, oder mit Schwerpunktverschiebung zwischen Strom und Gas
- Mitarbeiternde von Versorgern aus dem Bereich Business Development o. ä.

IHR NUTZEN

Nach diesem Seminar sind Sie in der Lage,

- zentrale Aspekte des Strom- und Gasmarktes zusammenzufassen,
- Reibungspunkte an den Schnittstellen zwischen Beschaffung und Vertrieb zu mindern,
- Kundengruppen und die passende Belieferung zu differenzieren
- Vertriebspreise abzuleiten und zu rechtfertigen.

Dieses Seminar ist optimal als Einstiegsseminar geeignet. Es kann mit Aufbau- und Erweiterungsmodulen – je nach den Bedürfnissen der Teilnehmer – zu einem Spezialseminar erweitert werden – **optional auch für den Gasmarkt.**