



Der Markt für Messstellenbetrieb bis 2020

Potenziale und Strategien für die Marktakteure

Einladung zum Startworkshop am
05. März 2010 in **Bremen**.
Nähere Informationen auf der Rückseite.

research

- Aktuell und zukünftig wirksame rechtliche Rahmenbedingungen
- Rollen und Zuständigkeiten im liberalisierten Zählen und Messen
- Ablauforganisation
- Geschäfts- und Organisationsmodelle

- Produkte und Dienstleistungen
- Technologien und Systeme
- Marktvolumen und -entwicklung für Messstellenbetrieb bis 2020
- Trends/Chancen/Risiken
- Strategien und Ausblick 2020

Die in den vergangenen Jahren forcierte Liberalisierung im Zähl- und Messwesen ist in vollem Gange und hat den Weg für Drittanbieter in den Markt für Messstellenbetrieb und Messdienstleistungen frei gemacht.

Nach anfänglicher Skepsis hat sich bei den Marktakteuren die Gewissheit durchgesetzt, dass die Bewirtschaftung von Zählern – sei es zur Steigerung des Deckungsbeitrages oder auch als „Stand-alone-Produkt“ – durchaus wirtschaftliches Potenzial bietet. Insgesamt ist ein wachsender Wettbewerbsdruck im Messwesen spürbar.

Die Marktteilnehmer im Bereich Messstellenbetrieb sehen sich weiterhin der großen Herausforderung gegenüber, den gestiegenen rechtlichen Anforderungen gerecht zu werden.

Zusätzlich zu den Unsicherheiten bzgl. den noch zu definierenden Geschäftsprozessen und der Frage, wie die neue Marktrolle am Markt zu integrieren ist, besteht für die Messstellenbetreiber seit dem 1. Januar 2010 die Pflicht zum Einbau intelligenter Zähler bei Neubauten, Totalsanierungen und ggf. bei weiteren Anschlussnutzern, um eine Ableseturnusverkürzung zu ermöglichen.

Die Messstellenbetreiber stehen also vor der Aufgabe, den bevorstehenden Änderungen am Markt Sorge zu tragen und sich dementsprechend zu positionieren.

Eine Befragung der Marktakteure im Rahmen der trend:research-Potenzialstudie „Informatives Unbundling und Öffnung des Messwesens“ ergab, dass ein weiterer Anstieg von Smart Metering und der Auftritt neuer Marktteilnehmer erwartet wird. Jedoch sahen sich auch 17 % der Befragten nicht im Stande, eine Einschätzung abzugeben, was auf

immer noch große Unsicherheiten bezüglich der Integration der neuen Marktrolle am Markt schließen lässt (vgl. Abb. links).

Die Studie verschafft einen detaillierten Überblick über den Markt für Messstellenbetrieb und stellt Einflussfaktoren und zukünftig zu erwartende Entwicklungen dar. Des Weiteren wird umfangreiches Erfahrungswissen für Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Aufbau bzw. Ausbau der Positionierung im Markt für Messstellenbetrieb geliefert. Folgende Fragestellungen werden in der Studie beantwortet:

- Wie wirken sich die aktuell und zukünftig wirksamen Rahmenbedingungen auf den Markt für Messstellenbetrieb aus?
- Welche Geschäftsmodelle bieten sich für Messstellenbetreiber an?
- Wie hoch ist das aktuelle Marktvolumen im Messstellenbetrieb und mit welchen Entwicklungen ist bis zum Jahr 2020 zu rechnen?
- Wie ist die Wettbewerbssituation auf dem Markt für Messstellenbetrieb und wer sind die aktuellen Wettbewerber?
- Was sind Chancen und Risiken für Marktakteure?
- Welche Strategien sind für die unterschiedlichen Marktteilnehmer erfolgversprechend?
- Wie wird sich die Rolle der Messstellenbetreiber zukünftig entwickeln?

Welche Entwicklung sehen Sie voraus für den Zugang zu und den Betrieb von Messstellen? (n=47)



Geplanter Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der Entwicklung des Marktes für Messstellenbetrieb stehen.

Ausgehend von einer Betrachtung der wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen und von Rollen, Konstellationen und Zuständigkeiten im liberalisierten Zählen und Messen, werden Geschäfts- und Organisationsmodelle sowie Produkte und Dienstleistungen im Messstellenbetrieb ausführlich betrachtet.

Einer Darstellung von Technologien und Systemen folgt eine intensive Analyse des Marktes für Messstellenbetrieb mit einer Prognose der zu erwartenden Entwicklungen bis 2020.

Nach einem Überblick über den Wettbewerb im Markt und einer Darstellung möglicher Strategien werden Trends, Chancen und Risiken für Marktakteure erläutert.

Abschließend wird ein Ausblick auf die zukünftig zu erwartenden Entwicklungen im Markt gegeben.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field und Desk Research Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) fließen in die Potenzialstudie ca. 100 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorgungsunternehmen
- Messstellenbetreiber, Messdienstleister
- Abrechnungsdienstleister
- Berater in der Energiewirtschaft

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Erfahrungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Projekte, Wettbewerb und Entwicklungstrends.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie richtet sich an Energieversorger, Messstellenbetreiber, Messdienstleister und Abrechnungsdienstleister und hilft diesen, die weitere Entwicklung im Markt für Messstellenbetrieb einzuschätzen und die eigene Strategie/Marktpositionierung vor diesem Hintergrund auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Marketing und Vertrieb.

1	Zusammenfassung: 10 Thesen	5.3.4	Anschlussnutzer
		5.3.5	Händler/Lieferanten
2	Management Summary	5.3.6	Weitere
		5.4	Zuständigkeiten der Marktteilnehmer mit Bezug zum MSB
3	Allgemeine Grundlagen	5.4.1	Zählen
3.1	Einleitung	5.4.2	Messen
3.2	Zielsetzung und Nutzen der Studie	5.4.3	Bilanzierung
3.3	Aufbau der Studie	5.4.4	Energiemengenermittlung
3.4	Methodik und Studiendesign	5.4.5	Abrechnung
3.5	Begriffsdefinitionen	5.4.6	Weitere
3.5.1	Advanced Metering Infrastructure (AMI)	5.5	Vertragskonstellationen
3.5.2	Ablesung/Messdienstleistung	5.5.1	Vertragsarten
3.5.3	Abrechnung/Billing	5.5.1.1	Netzanschlussvertrag
3.5.4	Elektronische Haushaltszähler	5.5.1.2	Netznutzungsvertrag
3.5.5	Energiedienstleistungen/“Added-Value“-Leistungen	5.5.1.3	Bilanzkreisvertrag/Bilanzkreisvereinbarung
3.5.6	Zählerwesen/Messstellenbetrieb	5.5.1.4	Lieferanten-/Händler-Rahmenvertrag
3.5.7	Smart Metering	5.5.1.5	Energieliefervertrag (All-inclusive-Vertrag)
3.5.8	Sourcing (Outsourcing, Insourcing, Backsourcing)	5.5.1.6	Messstellenvertrag/Messstellenrahmenvertrag
3.5.9	Zähler	5.5.1.7	Messvertrag/Messrahmenvertrag
3.5.10	Zählerfernauslesung (ZFA)	5.5.1.8	Kombinierte Verträge
3.6	Abgrenzung	5.5.2	Vertragsgestaltung
3.6.1	Prozessual	5.5.2.1	Vorgaben der MessZV zur Vertragsgestaltung
3.6.1.1	Zählen	5.5.2.2	Chancen und Risiken für Vertragspartner in der Vertragsgestaltung
3.6.1.2	Messen	5.5.2.3	Vertragslaufzeiten
3.6.1.3	Abrechnen	5.5.2.4	Zulassung von weiteren Vertragspartnern
3.6.2	Organisatorisch		
3.6.2.1	Messstellenbetreiber (MSB)		
3.6.2.2	Messdienstleister (MDL)		
3.6.2.3	Abrechnungsdienstleister		
4	Rahmenbedingungen	6	Ablauforganisation
4.1	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	6.1	Prozessabläufe
4.1.1	Strommarkt	6.1.1	Übersicht
4.1.2	Erdgasmarkt	6.1.2	Prozessanforderungen
4.2	Rechtliche Rahmenbedingungen im Zählerwesen	6.1.3	Initiierungs- und Wechselprozesse bei MSB
4.2.1	Den Markt beeinflussende Instanzen	6.1.3.1	Zulassung als MSB
4.2.1.1	EU- und nationale Gesetzgeber	6.1.3.2	Vertriebsinitiation und Kundenakquiseprozesse
4.2.1.2	BNetzA/BMWi und Bundeskartellamt	6.1.3.3	Wechsel des MSB
4.2.1.3	Verbände und Vereine	6.1.3.4	Übernahme von Messstellen
4.2.2	Den Markt regulierende Gesetze, Verordnungen und Richtlinien	6.1.3.5	Lieferantenwechsel
4.2.2.1	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	6.1.3.6	Netzbetreiberwechsel
4.2.2.2	Messzugangsverordnung (MessZV)	6.1.3.7	Abschluss von Kooperationsverträgen
4.2.2.3	Netzzugangsverordnungen (NZV)	6.1.4	Messstellenbetrieb
4.2.2.4	Netzentgeltverordnung (NEV)	6.1.4.1	Entscheidung über eingesetzte Zähler und Zählersysteme
4.2.2.5	Anreizregulierung (ARegV)	6.1.4.2	Durchführung der (De-)Montage
4.2.2.6	Grundversorgungsverordnung (GVV)	6.1.4.3	Durchführung von Prüfung und Eichung
4.2.2.7	Europäische Messgeräte Richtlinie (MID)	6.1.4.4	Inkasso und Sperrkassierung
4.2.2.8	Eichgesetz und Eichordnung	6.1.4.5	Tarifwechsel
4.2.2.9	Richtlinie Datenaustausch und Mengenbilanzierung	6.1.4.6	Spartenspezifische Besonderheiten
4.2.3	Regularien bzgl. technischer Anforderungen	6.2	Optimierungsansätze
4.2.3.1	MeteringCode 2006		
4.2.3.2	DVGW-Arbeitsblatt G2000		
4.2.3.3	Leistungsbeschreibung für Messung und Abrechnung der Netznutzung		
4.3	Zukünftige Entwicklungen und Einflussfaktoren	7	Geschäfts- und Organisationsmodelle
4.3.1	Flexibilisierung der Tarife	7.1	Status quo
4.3.2	Turnusverkürzung Ablesung/Abrechnung	7.1.1	Das Geschäftspotenzial von Messstellenbetrieb
4.3.3	„Roll-out“ Smart Metering	7.1.2	Kosten und Preise von Dienstleistungen im Messstellenbetrieb
4.3.4	Standardisierung der Geschäftsprozesse im MSB	7.2	Geschäftsmodelloptionen
4.3.5	Trennung Netzbetrieb/Messstellenbetrieb	7.2.1	Messstellenbetrieb als „Stand-alone-Produkt“
4.3.6	Weitere	7.2.2	Messstellenbetrieb zur Verbesserung des Deckungsbeitrags/als Added Value
5	Rollen, Konstellationen und Zuständigkeiten im liberalisierten Zählen und Messen	7.2.3	Messstellenbetrieb als integrierte Leistung
5.1	Überblick: Liberalisierung des Zähl- und Messwesens	7.2.4	Messstellenbetrieb zur Technologieumsetzung: Smart Metering Rollout
5.2	Die „neue Marktrolle“ MSB/MDL	7.3	Organisationsmodelle
5.2.1	Rechtliche Lage	7.3.1	Organisationsanforderungen
5.2.2	Integration von MSB ins Zähl- und Messwesen	7.3.2	Überblick und Prämissen
5.2.2.1	Intern	7.3.2.1	Interne Erbringung
5.2.2.2	Extern	7.3.2.2	Marktgang
5.3	Rollen weiterer Marktteilnehmer mit Bezug zum Zählen und Messen sowie Schnittstellen zum MSB	7.3.2.3	Unbundlingkonformität
5.3.1	Verteilnetzbetreiber/Übertragungsnetzbetreiber	7.3.2.4	Abrechnungsnaher Dienstleistungen
5.3.2	MDL	7.3.2.5	Shared Services
5.3.3	Bilanzkreisverantwortlicher	7.3.2.6	Weitere Modelle
		7.3.3	Messstellenbetrieb integriert oder desintegriert?
		7.3.3.1	Messstellenbetrieb integriert im Netz
		7.3.3.2	Messstellenbetrieb integriert im Vertrieb
		7.3.3.3	Messstellenbetrieb selbständig
		7.4	Bewertung
		7.4.1	Grundlagen und Ansätze zur Ermittlung und Bewertung von Geschäftsmodellen
		7.4.2	Bewertungsmatrix
		7.4.3	Konsequenzen
		7.4.4	Empfehlungen
		7.5	Zusammenführung

und Strategien für die Marktakteure

8	Produkte und Dienstleistungen im Messstellenbetrieb	9.4.5	Drahtlose Sensornetze und Medienzugriffprotokoll »Slotted MAC«	11.3.6	metacount (swb Messung und Abrechnung GmbH)
8.1	Produkte und Dienstleistungen	9.4.6	Powel ASA: ELIN und MDMS	11.3.7	Metering Service Gesellschaft mbH
8.1.1	Zählerbewirtschaftung	9.5	Systemlösungen im Smart Metering	11.3.8	rhein ruhr partner Gesellschaft für Messdienstleistung mbH
8.1.1.1	Montage	9.5.1	Hardwareinsatz in der Datenübertragung		
8.1.1.2	Demontage	9.5.1.1	Modem	11.3.9	semeco GmbH
8.1.1.3	Wechsel	9.5.1.2	Datensammler/-konzentrator/-logger	11.3.10	Yello Strom GmbH
8.1.1.4	Sperrung	9.5.1.3	Gateway (bspw. „MUC-Controller“)	11.3.11	Weitere
8.1.1.5	Technische Betreuung der Zählstelle	9.5.1.4	Metering-Bus-Konverter/-Master (M-Bus)		
8.1.1.6	Sicherstellung der Zählerkommunikation	9.5.2	Datenübertragung im Smart Metering		
8.1.1.7	Störungsmanagement	9.5.3	Übertragungsmodelle im Smart Metering		
8.1.1.8	Prüfung und Eichung	9.5.4	IT-Systemlösungen		
8.1.2	Zählen	9.5.4.1	EVB: Meterus		
8.1.2.1	Zählpunktmanagement	9.5.4.2	Görlitz: EDW3000		
8.1.2.2	Verbrauchsdatenerfassung	9.5.4.3	Echelon: NES System Software		
8.1.2.3	Zählerdatenverwaltung	9.5.4.4	Actaris: ACE Vantage		
8.1.3	Energiedienstleistungen/„Added-Value“-Leistungen	9.5.4.5	Powel MDMS		
8.1.4	Messdienstleistungen				
8.2	Alleinstellungsmerkmale als MSB	10	Der Markt für Messstellenbetrieb	12	Strategie
8.2.1	Produktdifferenzierung	10.1	Einleitung und Erläuterungen zu Markt und Methodik	12.1	Überblick
8.2.2	Zielgruppenspezifische Produkte und Dienstleistungen	10.2	Grundannahmen und Prämissen	12.1.1	Grundsätze
8.2.3	Geographische Nähe	10.2.1	Annahmen für alle Szenarien	12.1.2	Strategische Grundhaltung
8.2.4	Kundenzugang	10.2.1.1	Allgemeine Grundannahmen	12.2	Einfluss der rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die Strategie
8.2.5	Preis	10.2.1.2	Ausgewählte Grundannahmen: Messstellenbetrieb	12.3	Strategische Relevanz der Unternehmensgröße
8.2.6	Servicequalität und Leistungsintegration	10.2.2	Exogene und endogene Schocks/Impacts	12.4	Erfolgsfaktoren
8.2.7	Sonstiges	10.2.3	Überblick über szenariospezifische Annahmen	12.4.1	Strategische Erfolgsfaktoren
8.3	Zielgruppen	10.2.3.1	Rahmenbedingungen: Gesamtwirtschaft	12.4.2	Operative Erfolgsfaktoren
8.3.1	Industriekunden	10.2.3.2	Rahmenbedingungen: Energiewirtschaft allgemein	12.5	Strategische Handlungsoptionen für MSB/Netzbetreiber
8.3.2	Großgewerbe/Kleingewerbe	10.2.3.3	Rahmenbedingungen: Zählen und Messen	12.5.1	Passiver Marktauftritt: Nicht-Handeln der Netzbetreiber
8.3.3	Privathaushalte	10.2.3.4	Entwicklung des Wettbewerbs beim Messstellenbetrieb	12.5.2	Neutraler Marktauftritt: Handeln auf Anforderung
8.3.4	Kommunen	10.2.3.5	Entwicklung bei Technologien und Systemen	12.5.3	Aktiver Marktauftritt: Handeln auf Eigeninitiative
8.3.5	Wohnungsbaugesellschaften	10.2.3.6	Befragungsergebnisse: Rahmenbedingungen aus Sicht der Energieversorger	12.5.3.1	Ausgründungs- und Positionierungsszenarien
8.3.6	Arealnetzbetreiber/Objektnetzbetreiber	10.2.4	Markttreiber und Markthemmnisse	12.5.3.2	Vertriebsszenarien
8.3.7	Einspeiser	10.2.4.1	Allgemeine Markttreiber	12.5.3.3	Aufbau von Marktbarrieren
8.3.8	Netzbetreiber	10.2.4.2	Allgemeine Markthemmnisse	12.5.3.4	Wettbewerbsoffensives Gegenverhalten
8.3.9	Sonstige	10.2.5	Annahmen für Szenario 1: „Moderate Marktentwicklung“	12.5.3.5	Bewertung
8.4	Zusammenführung, Schlussfolgerungen und Empfehlungen	10.2.6	Annahmen für Szenario 2: „Erwartete Marktentwicklung“	12.6	Strategieumsetzung
9	Technologien und Systeme beim Zählen und Messen	10.2.7	Annahmen für Szenario 3: „Rasante Marktentwicklung“	12.6.1	Beispiel Vertrieb
9.1	Technologien und Systeme im Messstellenbetrieb	10.3	Marktvolumen im Basisjahr 2010	12.6.1.1	Potenzielle Kunden/Zielgruppen
9.1.1	Technologische Entwicklungen	10.3.1	...für Zählerbewirtschaftung	12.6.1.2	Potenzielle Produkte/Dienstleistungen
9.1.2	Zählertechnologien	10.3.2	...für installierte Zähler	12.6.1.3	Möglichkeiten des Marktauftritts
9.1.2.1	eHZ – elektronischer Haushaltszähler	10.3.2.1	Smart Meter	12.6.1.3.1	Selbsterstellung
9.1.2.2	tLZ – taktischer Lastgangzähler	10.3.2.2	ZFA	12.6.1.3.2	Kooperationen
9.1.2.3	Technologien zur Zählerfernauslesung	10.3.3	...nach Sparten	12.6.1.4	Möglichkeiten der Marktbearbeitung
9.1.2.4	Smart Metering Technologien	10.4	Marktentwicklung bis 2020	12.6.1.5	Weiteres
9.1.2.5	Weitere	10.4.1	...für Zählerbewirtschaftung	12.6.2	Beispiel Kooperationen und Partnerschaften
9.2	Technologien und Systeme in der Messdienstleistung	10.4.2	...für installierte Zähler	12.7	Zusammenführung/Strategiebewertung
9.2.1	Lösungen zur Ablesung am Zähler	10.4.2.1	Smart Meter		
9.2.1.1	Mobile Datenerfassung (MDE)	10.4.2.2	ZFA		
9.2.1.2	Scanner/Barcode	10.5	Qualitative Marktentwicklung		
9.2.2	Lösungen zum Workforce Management	10.6	Exkurs: Parallelmarkt Heizkostenverteilung		
9.2.3	Lösungen zur Selbstablesung				
9.2.4	Lösungen zur Fernauslesung im Nahbereich				
9.2.4.1	Infrarot				
9.2.4.2	Bluetooth				
9.2.4.3	Weitere				
9.3	Einführung: Datenübertragungswege im Zählen und Messen				
9.3.1	Funkbasierte Übertragungswege	11	Wettbewerb		
9.3.1.1	800 Mhz-Standards	11.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft		
9.3.1.2	Bluetooth	11.1.1	Wettbewerbsebenen		
9.3.1.3	WLAN	11.1.2	Wettbewerbsausprägung		
9.3.1.4	DECT	11.2	Wettbewerb bei MSB		
9.3.1.5	GSM	11.2.1	Der Wettbewerb im Kontext von Energielieferung, Netzdienstleistungen und Abrechnung		
9.3.1.6	GPRS	11.2.2	Wettbewerbsausprägung		
9.3.1.7	HSCSD	11.2.2.1	Identifizierung von Wettbewerbern		
9.3.1.8	UMTS	11.2.2.2	Bekanntheit von Wettbewerbern		
9.3.2	Kabelbasierte Übertragungswege	11.2.2.3	Schlussfolgerungen		
9.3.2.1	BUS-Systeme	11.2.3	Marktbarrieren zur Beschränkung und Verhinderung von Wettbewerb		
9.3.2.2	Lokale Netzwerke	11.2.4	Wettbewerb nach geographischen Teilmärkten		
9.3.2.3	Powerline-Technologie	11.2.5	Wettbewerbsentwicklung und -dynamik		
9.3.2.4	Schmalband	11.3	Profile ausgewählter (potenzieller) Wettbewerber		
9.3.2.5	Breitband	11.3.1	24/7 Metering GmbH		
9.4	Systemlösungen in der „konventionellen“ Zählerfernauslesung	11.3.2	co.met GmbH		
9.4.1	Kamstrup Ellipse	11.3.3	COUNT+CARE GmbH		
9.4.2	Derago Zählerfernauslesung (MZE-ZFA)	11.3.4	E.ON edis		
9.4.3	Internet-Metering iMEGA von Landys+Gyr	11.3.5	ENSECO GmbH		
9.4.4	Skalar von Görlitz				

Die Studie umfasst ca. 800 Seiten. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern. Inhaltliche Vorschläge können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes aufgenommen werden.

ANTWORT/BESTELLUNG

Zurück im Briefumschlag an:

trend:research GmbH
Institut für Trend- und Marktforschung
Parkstraße 123
28209 Bremen

oder per

Fax an: 0421 . 43 73 0-11

- Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 13-0446) »Der Markt für Messstellenbetrieb bis 2020« zum Preis von EUR 3.900,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
- Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 13-0446) »Der Markt für Messstellenbetrieb bis 2020« und zusätzlich das »Glossar: Markt für Messstellenbetrieb bis 2020« zum Preis von EUR 4.050,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 430,00)
- Hiermit bestellen wir das »Glossar: Markt für Messstellenbetrieb bis 2020« (vgl.rechts) zum Preis von EUR 200,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 30,00)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis 2010 zu.

ADRESSE

FIRMA

NAME

FUNKTION

STRASSE

PLZ/ORT

TEL./FAX

E-MAIL

- nein Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail den Newsletter zu erhalten.
- nein Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.

Datum Unterschrift/Stempel 13-0107-306/HA

trend:research

trend:research unterstützt Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktforschungsstudien aktuell und exklusiv für einzelne oder mehrere Auftraggeber erarbeitet. Umfangreiche eigene (Primär-) Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten und dessen dosierter Transfer, aufbereitet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams – auch mit externen Experten – garantiert die ganzheitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

Schwerpunkt sind Untersuchungen für und in sich stark wandelnden Märkten, z.B. in den liberalisierten Energie- und Telekommunikationsmärkten.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren Energieversorgungsunternehmen (EVU) und unterstützt damit existentielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.



Konditionen

Die Potenzialstudie »Der Markt für Messstellenbetrieb bis 2020« kostet EUR 3.900,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,- pro Kopie zur Verfügung.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt.



Glossar: Markt für Messstellenbetrieb bis 2020

Das Glossar umfasst eine Liste von sämtlichen Fachbegriffen mit genauen Erläuterungen. Erfasst werden Begriffe, die im Rahmen der Studie und darüber hinaus rund um das Thema »Der Markt für Messstellenbetrieb bis 2020« relevant sind.

Ergänzend werden zu den Begrifflichkeiten die jeweiligen Fundstellen – durch Angabe der Seitenzahl – innerhalb der Studie aufgezeigt. Dies ermöglicht einen noch schnelleren Rückgriff auf spezifische Themenbereiche.



Weitere Studien

trend:research gibt weitere Studien heraus, z.B.:

- Smart Metering (3. Auflage) – Januar 2010: Was nun?**
In Bearbeitung/April 2010, ca. 900 Seiten, EUR 4.900,00
- Der Markt für Energiedatenmanagement bis 2020**
In Bearbeitung/April 2010, ca. 900 Seiten, EUR 3.900,00
- Smart Energy – Intelligente Technologien in der Energiewirtschaft**
Geplant, ca. 900 Seiten, EUR 4.900,00
- Smart Home 2.0 – Intelligente Mess- und Kommunikationssysteme in Gebäudetechnik und Energiewirtschaft**
Geplant, ca. 900 Seiten, EUR 4.900,00
- Abrechnungs-IT in der Energiewirtschaft**
Dezember 2009, 1.644 Seiten, EUR 4.700,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
©trend:research, 2010