



Verkehrstelematik 2020

Erfahrungen, Einsatzpotenziale und Finanzierungsstrategien

Einladung zum Startworkshop (Termin noch zu vereinbaren) in **Bremen**.
Nähere Informationen auf der Rückseite.

trend:research.de

- Aktuelle Rahmenbedingungen
- Aktuelle Technologien und Systemvarianten
- Einsatzspektrum und Optimierungsmöglichkeiten

- Volumen in Teilmärkten und szenariobasierte Marktentwicklung
- Trends, Chancen, Risiken
- Strategien

Moderne Verkehrstelematik kann neben der Verkehrssicherheit die effiziente Nutzung vorhandener Ressourcen sichern, Kommunikation und Organisation verbessern und die Effektivität des öffentlichen Nahverkehrs insgesamt optimieren. Verkehrstelematische Systeme, das sind in erster Linie die Bereiche:

- Rechnergestützte Betriebsleitsysteme (RBL)
- Dynamische Fahrgastinformationssysteme (DFI)
- E-Ticketing
- Videüberwachung an Haltestellen und in Fahrzeugen.

Neue technische Möglichkeiten und Anwendungsbereiche (wie bspw. E-Ticketing) führen zu neuen Chancen im Markt, bergen für Verkehrsunternehmen allerdings auch das Risiko aktuelle Entwicklungen zu verpassen oder in die falschen Technologien zu investieren.

Dynamische Fahrgastinformationen werden in zunehmende Maße als Standard empfunden und von Kunden eingefordert. Ein steigendes Sicherheitsbedürfnis führt sowohl an Bahnhöfen als auch in Fahrzeugen zu einem Ausbau der Videüberwachung.

Die trend:research Studie „Verkehrstelematik 2020 – Erfahrungen, Einspar-

potenziale und Finanzierungsstrategien“ gibt einen detaillierten Überblick über bestehende

Rahmenbedingungen, geht auf aktuelle Technologien und Finanzierungsmöglichkeiten ein und analysiert szenariospezifisch Markt und Marktentwicklung in der Verkehrstelematik.

Die Studie liefert wichtige Informationen für die eigene Positionierung am Markt und beantwortet u. a. folgende Fragestellungen:

- Welche aktuellen Rahmenbedingungen bestehen?
- Wie finanzieren Verkehrsunternehmen Neuinvestitionen im Bereich der Verkehrstelematik?
- Welches Marktvolumen besteht in Teilbereichen der Verkehrstelematik?
- Wie wird sich der Markt szenariospezifisch entwickeln?
- Welche Trends, Chancen und Risiken bestehen im Bereich der Verkehrstelematik?
- Was sind die möglichen Strategien und Handlungsoptionen für Verkehrsunternehmen und Dienstleister im Bereich der Verkehrstelematik?
- Welche Anforderungen werden an Dienstleister im Bereich der Verkehrstelematik gestellt?

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit Verkehrstelematik zu stellen sind.

Ausgehend von der aktuellen Situation (vor allem bei Technologie und Finanzierung) und den zu erwartenden Entwicklungen werden sowohl die gegenwärtigen und zukünftigen Potenziale als auch die möglichen Hindernisse beim Einsatz dieser Systeme aufgezeigt. Dies erfolgt neben einer konkreten Darstellung der Marktentwicklung auch über eine qualitative Darstellung (bspw. Kundenanforderungen, Technologietrends, Wettbewerbsintensität usw.)

Damit wird es möglich, die eigene Strategie im Markt zu erarbeiten bzw. zu schärfen und mit der heutigen und zu erwartenden Marktsituation offensiv und erfolgversprechend umzugehen.

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. 80 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Kommunale und private Verkehrsunternehmen
- Querverbundunternehmen mit Verkehrssparte
- Verkehrsverbünde
- System- und Komponentenanbieter

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

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie richtet sich an Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbünde und Querverbundunternehmen aber auch System- und Komponentenanbietern und hilft zukünftige Potenziale beim Einsatz von Verkehrstelematik bzw. bei der Restrukturierung der eigenen Vertriebsstruktur einzuschätzen und eigene Maßnahmen vor diesem Hintergrund effektiv auszurichten. Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Technik, Marketing und Vertrieb.

1	Management Summary	4	Verkehrstelematische Ausstattung und Technologien im Nahverkehr
2	Einleitung und Definitionen	4.1	Status quo in der technischen Ausstattung
2.1	Einleitung	4.2	Aktuelle Planungen
2.2	Methodik	4.3	Fördergelder
2.3	Ziele und Nutzen der Studie	4.4	Einflussfaktoren auf die Investitionen
2.4	Inhalt und Vorgehensweise	4.5	Zielsetzungen
2.5	Definitionen	4.5.1	Kostensenkung
2.5.1	Öffentlicher Verkehr/ ÖPNV	4.5.2	Kundeninformation
2.5.2	Verkehrsmanagement	4.5.3	Störungsmanagement
2.5.3	Telematik	4.5.4	Personaleinsatz (Effizienz)
2.5.4	Leittechnik/ -system	4.6	Schnittstellenübergreifende Lösungen
2.5.4.1	RBL	4.6.1	ERP-Systeme
2.5.4.2	ITCS	4.6.2	CRM-Systeme
2.5.5	Dynamische Fahrgastinformation	4.6.3	Hintergrundsysteme
2.5.6	Elektronisches Fahrgeldmanagement (E-Ticketing)	4.6.4	Interne Schnittstellen zu Leittechnik, Informationstechnik und Call Center
2.5.7	Infotainment	4.6.5	Weitere Systemkomponenten
2.5.8	Videüberwachung und Bahnhofsbedienung	4.6.6	Add-Ons
2.5.9	Customer-Self-Service	4.7	Verkehrsmanagement
2.5.10	Subsidiaritätsprinzip	4.7.1	RBL (Rechnergestützte Betriebsleittechnik)/ ITCS (Intermodal Transport Control System)
2.5.11	Chip/ Geldkarte	4.7.1.1	Funktionsweise
2.5.12	Zuschüsse	4.7.1.2	Technische Voraussetzungen
2.5.13	Interoperabilität	4.7.1.3	Systemkomponenten: Beispiele
2.5.14	Kostendeckungsgrad	4.7.1.4	Praxisbeispiel RUBIN: Erste deutsche führerlose U-Bahn in Nürnberg
2.5.15	Multi-Appplikation	4.7.1.5	Praxisbeispiel Pilotprojekt im Rems-Murr-Kreis: Neues RBL bei Regiobus Stuttgart
2.5.16	Weitere Begriffe	4.7.2	DFI (Dynamische Fahrgastinformation)
3	Rahmenbedingungen	4.7.2.1	Definition
3.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	4.7.2.2	Technischer Ablauf
3.1.1	Rechtliche Rahmenbedingungen in Europa	4.7.2.3	Systemkomponenten: Beispiele
3.1.1.1	EG-Verordnung 1370/2007	4.7.2.4	Praxisbeispiel: DFI beim Verkehrsverbund Bremen/Niedersachsen (VBN)
3.1.1.2	Europäisches Patentrecht	4.7.2.5	Praxisbeispiel: Projekt Echtzeit-Fahrgastinformationssystem beim EBSF
3.1.1.3	Liberalisierung des europäischen Dienstleistungsmarkts	4.7.3	E-/M-Ticketing
3.1.1.4	Aktuelle nationale und europäische Rechtsprechung	4.7.3.1	Definition
3.1.1.5	Weitere europäische Vorgaben	4.7.3.2	Technischer Aufbau/ VDV-Standard
3.1.2	Rechtliche Rahmenbedingungen in Deutschland	4.7.3.3	Abrechnungsverfahren
3.1.2.1	Personenbeförderungsgesetz (PBefG)	4.7.3.4	Kommunikation zwischen Karte und System
3.1.2.2	Regionalisierungsgesetz (RegG)	4.7.3.4.1	Kontaktbehaftete Karten
3.1.2.3	Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz (GVFG)	4.7.3.4.2	Kontaktlose Karten
3.1.2.4	Vergabeverordnung	4.7.3.5	Bargeldloses Bezahlen
3.1.2.5	Gemeindeverordnung	4.7.3.5.1	Elektronischer Fahrschein ohne Check-In/Check-Out
3.1.2.6	Kartellrecht	4.7.3.5.2	Elektronischer Fahrschein mit Check-In/Check-Out
3.1.2.7	Lizenz- und Patentrecht	4.7.3.5.3	Elektronischer Fahrschein mit Be-In/Be-Out
3.1.2.8	Bundesdatenschutzgesetz	4.7.3.6	Möglichkeiten der Integration biometrischer Merkmale
3.1.2.9	Weitere	4.7.3.7	Praxisbeispiel: E-Ticket und HandyTicket beim RMV
3.1.3	Auswirkungen des rechtlichen Rahmens auf die Verkehrsunternehmen	4.7.4	Videüberwachung und Bahnhofsbedienung
3.2	Weitere Rahmenbedingungen	4.7.4.1	Definition
3.2.1	Ausgangslage der Finanzierung (bspw. kommunale Haushalte, Fördergelder)	4.7.4.2	Technischer Aufbau
3.2.2	Stand Liberalisierung in Deutschland	4.7.4.3	Systemkomponenten Beispiele
3.2.3	Praxis der Vergabeverfahren in Deutschland	4.7.4.4	Praxisbeispiele
3.2.4	Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	4.8	Bewertung
3.2.5	Demographische Entwicklung	4.8.1	Vorteile
3.2.6	Anteil Verkehrsmittel nach Altersgruppen	4.8.2	Nachteile
3.2.7	Technologische Entwicklungen und Nutzungsgrad der letzten Jahre	4.8.3	Konsequenzen für Tarif- und Einnahmgestaltung
3.2.8	Rahmenbedingungen bei den Kommunen		
3.2.9	Weitere		

5	Marktvolumen und szenariobasierte Marktentwicklung	6.2.2.4	Keolis Deutschland GmbH & Co. KG	7.5	Ausgewählte Strategieoptionen für Dienstleister, Systemanbieter und Komponentenhersteller
5.1	Einleitung	6.2.2.5	Transregio Deutsche Regionalbahn GmbH	7.5.1	Innovationsführerschaft
5.2	Methodik: Szenarioanalyse	6.2.2.6	Usedomer Bäderbahn AG	7.5.2	Preisführerschaft
5.3	Grundannahmen und Prämissen	6.2.2.7	Veolia Verkehr GmbH	7.5.3	Nischenstrategie
5.3.1	Annahmen und Prämissen für alle Szenarien	6.2.3	Verkehrsverbände	7.5.4	Full-Service-Strategie
5.3.2	Annahmen für Szenario 1	6.2.3.1	Hamburger Verkehrsverbund GmbH	7.5.5	Kooperationen
5.3.3	Annahmen für Szenario 2	6.2.3.2	Karlsruher Verkehrsverbund GmbH	7.5.6	Weitere
5.3.4	Annahmen für Szenario 3	6.2.3.3	Mitteldeutscher Verkehrsverbund GmbH	7.5.7	Zusammenfassende Bewertung
5.3.5	Überblick über die szenariospezifischen Prämissen	6.2.3.4	Nordhessischer Verkehrsverbund GmbH	8	Trends, Chancen und Risiken im ÖPNV
5.4	Entwicklungen über die letzten Jahre	6.2.3.5	Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH	8.1	Trends im deutschen Nahverkehr
5.4.1	Vertriebsstruktur	6.2.3.6	Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart GmbH	8.1.1	Kundentrends
5.4.2	Fahrgastzahlen	6.2.3.7	Verkehrsverbund Bremen/Niedersachsen GmbH	8.1.2	Strategietrends
5.4.3	Anzahl und Umfang der Projekte	6.2.3.8	Verkehrsverbund Großraum Nürnberg GmbH	8.1.3	Technologietrends
5.4.4	Investitionsvolumen	6.2.3.9	Verkehrsverbund Region Kiel GmbH	8.1.4	Wettbewerbstrends
5.4.5	Einspar- und Kosteneffekte	6.2.3.10	Verkehrsverbund Rhein-Neckar GmbH	8.2	Chancen und Risiken
5.4.6	Veränderung der Kundenstruktur und Fahrkartenverteilung	6.2.3.11	Verkehrsverbund Rhein-Ruhr GmbH	8.2.1	... für multinationale und nationale Unternehmen
5.4.7	Technische Entwicklungen	6.2.3.12	Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH	8.2.2	... für regionale Unternehmen und Verkehrsverbände
5.5	Marktentwicklungen bis 2020	6.2.4	Systemanbieter	8.2.3	... für lokale Verkehrsunternehmen
5.5.1	Markttreiber	6.2.4.1	ATRON electronic GmbH	8.2.4	... für kommunale Verkehrsunternehmen
5.5.2	Marktbarrieren	6.2.4.2	AVT STOYE GmbH	8.2.5	... für private Verkehrsunternehmen
5.5.3	Marktvolumen	6.2.4.3	B.A.S. Verkehrstechnik AG	8.2.6	Vergleich Straße und Schiene
5.5.3.1	Betriebsleittechnik und Systeme	6.2.4.4	BBR – Baudis Bergman Rösch Verkehrstechnik GmbH	8.3	Markteintrittsbarrieren
5.5.3.2	Dynamische Fahrgastinformationssysteme	6.2.4.5	Continental Automotive GmbH	8.4	Exkurs: Europa als Aktivitätsfeld
5.5.3.3	E-Ticketing	6.2.4.6	Cubic Transportation Systems, Inc.	8.5.1	Bedeutung der Verkehrsverbände
5.5.3.4	Videüberwachung und Bahnhofsbedienun-	6.2.4.7	elgeba Gerätebau GmbH	8.5.2	Technologieentwicklung
5.5.4	Szenariobasierte Marktprognose bis 2020	6.2.4.8	Funkwerk Information Technologies Karlsruhe GmbH	8.5.3	Weitere Entwicklungen
5.5.4.1	Betriebsleittechnik und Systeme	6.2.4.9	Höft-&Wessel AG	9	Ausblick auf den ÖPNV bis 2025
5.5.4.2	Dynamische Fahrgastinformationssysteme	6.2.4.10	INIT innovation in traffic systems AG	9.1	Gesetzliche Rahmenbedingungen des Marktes
5.5.4.3	E-Ticketing	6.2.4.11	IVU Traffic Technologies AG	9.1.1	Europäische Gesetzeslage
5.5.4.4	Videüberwachung und Bahnhofsbedienun-	6.2.4.12	PSI Transcom GmbH	9.1.2	„Vergabeverfahren“ in Deutschland
5.6	Qualitative Marktentwicklung	6.2.4.13	SWARCO TRAFFIC SYSTEMS GmbH	9.1.3	Wettbewerb und Liberalisierung im Markt
5.7	Zusammenfassende Bewertung	6.2.4.14	SILA Service GmbH	9.2	Entwicklung der Wettbewerbsstruktur
6	Wettbewerb	6.2.4.15	STM Verkehrssysteme GmbH	9.2.1	Anzahl der Unternehmen
6.1	Wettbewerbsstruktur und -charakteristika	6.2.4.16	Systemtechnik GmbH	9.2.2	Kooperationen und Fusionen
6.1.1	Bisherige Entwicklung und Status quo	6.2.4.17	T-Systems International GmbH	9.3	Technologien
6.1.2	Weitere Entwicklung	6.2.4.18	M-UniComp Verkehrssysteme GmbH	9.3.1	Technologieentwicklung
6.1.3	Erfolgsfaktoren	6.2.4.19	Verkehrsautomatisierung Berlin GmbH	9.3.2	Veränderung der Vertriebsstrukturen
6.2	Wettbewerbsprofile (ausgewählte Beispiele)	7	Strategie- und Handlungsoptionen	9.3.3	Fahrgastreaktionen
6.2.1	Kommunale Unternehmen	7.1	Einleitung und Strategiedefinitionen	10	Praxistipps
6.2.1.1	Berliner Verkehrsbetriebe AöR	7.2	Aktive oder reaktive Strategie?	10.1	Vorgehensweise bei der Suche geeigneter Partner/ Dienstleister
6.2.1.2	Braunschweiger Verkehrs AG	7.3	Erfolgsfaktoren	10.1.1	Auswahlprozess
6.2.1.3	Bremer Straßenbahn AG	7.3.1	Strategische Erfolgsfaktoren	10.1.2	Form und Umfang Zusammenarbeit
6.2.1.4	Dortmunder Stadtwerke AG	7.3.2	Operative Erfolgsfaktoren	10.1.3	Identifikation der Partner
6.2.1.5	Dresdner Verkehrsbetriebe AG	7.4	Ausgewählte Strategieoptionen für Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbände und Querverbundsunternehmen	10.1.4	Definition der wesentlichen Eckpunkte
6.2.1.6	Duisburger Verkehrsgesellschaft AG	7.4.1	Selbsterstellung	10.1.5	Bewertung des Dienstleistungsangebots
6.2.1.7	Essener Verkehrs-AG	7.4.2	Ausgründung	10.1.6	Kooperation und Weiterentwicklung von Kooperationen
6.2.1.8	Freiburger Verkehrs AG	7.4.3	Outsourcing	10.2	Ablauf der Partnersuche
6.2.1.9	Kölnener Verkehrs-Betriebe AG	7.4.4	Kooperation	10.3	Auswahlkriterien
6.2.1.10	Leipziger Verkehrsbetriebe GmbH	7.4.5	Backsourcing	10.4	Voraussetzungen auf Seiten des Auftraggebers
6.2.1.11	Münchener Verkehrsgesellschaft mbH	7.4.6	Einsatz der Chipkarten als Werbemedium	10.5	Handlungsempfehlungen
6.2.1.12	OhreBus Verkehrsgesellschaft mbH	7.4.7	Einsatz von E-Ticketing über den Verbund	11	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis
6.2.1.13	SaarBahn GmbH	7.4.8	Kooperationen und Allianzen	11.1	Abbildungsverzeichnis
6.2.1.14	Üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG	7.4.9	Beteiligungen und Übernahmen	11.2	Tabellenverzeichnis
6.2.1.15	Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH	7.4.10	Privatisierung bzw. (Teil-)Verkauf		
6.2.1.16	Wuppertaler Stadtwerke AG	7.4.11	Ausgründungen		
6.2.2	Private Unternehmen	7.4.12	Restrukturierung der Vertriebsstruktur		
6.2.2.1	Aktiv Bus Flensburg GmbH	7.4.13	Weitere		
6.2.2.2	Abellio GmbH				
6.2.2.3	Netinera Deutschland GmbH				

Die Studie wird ca. 500 Seiten umfassen. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern. Inhaltliche Vorschläge können bis zum Ende des Skriptumszeitraumes aufgenommen werden.

Faxantwort an 0421 . 43 73 0-11

oder per Post an trend:research GmbH • Parkstraße 123 • 28209 Bremen
sowie im Internet unter www.trendresearch.de

Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 15-1122)

»Verkehrstelematik 2020«

- als Printversion zum Preis vonEUR 4.200,00
und _____ zusätzliche Kopien.....(je EUR 400,00)
- als PDF-Version
- mit einer Single-User-Lizenz zum Preis vonEUR 4.200,00
- mit einer Multi-User-Lizenz zum Preis vonEUR 8.400,00
- mit einer Corporate-Lizenz zum Preis vonEUR 16.800,00

personalisiert auf* _____

- Wir sind an einer Teilnahme am Startworkshop in **Bremen** (Termin noch zu vereinbaren) interessiert.

- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s. u.).
Gegebenfalls erhalten wir Mengenrabatt.

- Bitten senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2012** zu.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden.

- Erhalt dieser Disposition
- per Post
- per E-mail
- Internet
- Empfehlung durch _____
- Presseartikel in _____
- Sonstiges _____

* Die mit einem Stern gekennzeichneten Felder müssen ausgefüllt werden.

Vorname:* _____

Name:* _____

Funktion: _____

Unternehmen:* _____

Straße:* _____

PLZ/Ort:* _____

Tel./Fax:* _____

E-mail:* _____

- Wir sind **nicht** damit einverstanden, den Newsletter von trend:research zu erhalten.

Datum

Unterschrift/Stempel

trend:research

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktforschungsstudien aktuell und exklusiv erarbeitet, für einzelne oder mehrere Auftraggeber. Umfangreiche eigene (Primär-)Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten, aufbereitet mit eigener Methodik, führen 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 in sich stark wandelnden Märkten, z. B. in den liberalisierten Energie- und Entsorgungsmärkten.

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

Konditionen

Die Potenzialstudie »Verkehrstelematik 2020« kostet je nach Wahl als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 4.200,00. Zusätzliche Printkopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,00 zur Verfügung.

Die **Single-User-Lizenz** (personalisierte, passwortgeschützte CD-Rom mit geschütztem PDF) kostet EUR 4.200,00.

Das **Multi-User-Paket** (bis zu 10 personalisierte, passwortgeschützte CD-Roms mit geschütztem PDF) kostet EUR 8.400,00.

Die **Corporate License** (CD-Rom mit freigegebenem PDF) kostet EUR 16.800,00.

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.

Die Studie ist ab **Februar 2013** verfügbar.

Veranstaltung zur Studie

Im Startworkshop in Bremen (Termin noch zu vereinbaren) wird die Methodik der Studie dargestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit den teilnehmenden Unternehmen diskutiert. Der Startworkshop ermöglicht darüber hinaus durch den gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen.

Weitere Studien

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

- Der Markt für Energiemanagementsysteme bis 2020**
geplant, ca. 700 Seiten, EUR 4.800,00
- E-Ticketing (2. Auflage)**
März 2012, 689 Seiten, EUR 3.500,00
- Der Markt für Müllsammelfahrzeuge in Europa bis 2020**
Dezember 2011, 608 Seiten, EUR 4.800,00
- Wunderwaffe Energieeffizienz**
Dezember 2011, 859 Seiten, EUR 5.900,00
- CSR und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft**
März 2011, 608 Seiten, EUR 3.900,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.

© trend:research, 2012

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

● Bremen
● Bremerhaven
● Köln
● Stuttgart