



Zählerwesen (2. Auflage): Zwischen Marktpositionierung und Stellenabbau

Die Studie ist ab sofort
verfügbar und
umfasst 934 Seiten

- Wirkung der Rahmenbedingungen im Zählerwesen: EnWG, MID, GVV, ...
- Auswirkungen und Handlungsbedarf
- Prozess- und Organisationsmodelle im Wettbewerb
- 25 strategische Ansätze: Selbsterstellung, Marktgang, Kooperationen, ...

- Technologien und Entwicklungen im Ausland
- Chancen und Risiken in externen Märkten
- Strategien zur Positionierung
- Markt und Wettbewerb für Zählerdienstleistungen

www.trendresearch.de

Das Zählerwesen gerät zunehmend unter Veränderungsdruck: Der Zähler ist liberalisiert, das nationale Eichrecht wird angepasst, die GVV führt zu Anpassungen im Zählen und Ablesen und erste Dienstleistungs- und Finanzierungsangebote über fernauslesbare Zähler (bspw. Echelon aus ENEL-Kapazitäten) werden im deutschen Markt positioniert.

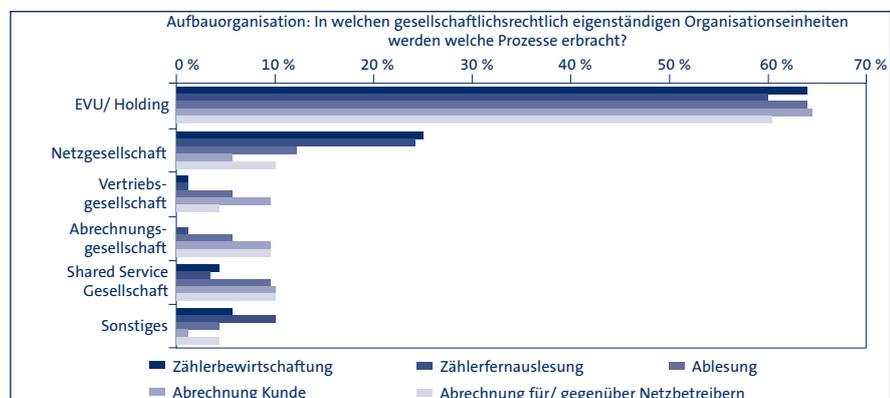
Die Auswirkungen sind dabei heute schon sichtbar: Die Zahl der Prüfstellen sinkt kontinuierlich, erste Versorger positionieren sich als Messstellenbetreiber, Heizkostenverteiler und Installateure wittern neues Marktpotenzial.

Es ist geboten, sich mit Strategien, Prozessen und Organisationen aufzustellen, um nicht von der Entwicklung eingeholt zu werden. Denn es gilt, Umsatz und

Ertrag im Zählerwesen zu halten oder gar auszubauen, um harte Fakten im Unternehmens-/ Konzernzusammenhang vorlegen zu können, Personal zu erhalten und den eigenen Bestand zu sichern.

Vor dem Hintergrund dieser aktuellen Entwicklung untersucht die Studie gegenwärtige und zukünftige Trends, Chancen und Risiken, die sich für Energieversorger sowie Zählerdienstleister ergeben. Sie zeigt Preise, Prozesskosten und Organisationsentwicklungen auf, stellt Handlungsoptionen dar und analysiert Marktpotenziale.

Damit bietet die Studie umfassende und zugleich fundierte Ansätze für die nach innen gerichtete Positionierung von Zählerwesen, Ablesung und Prüfung/Eichung.



value through information.

ZÄHLERWESEN (2. AUFLAGE): ZWISCHEN MARKTPositionIERUNG UND

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der weiteren Entwicklung im Zählerwesen vor dem Hintergrund der Liberalisierungs- und Harmonisierungsbestrebungen der EU und der (De)Regulierungspolitik der Bundesregierung zu stellen sind.

Ausgehend von einer Beschreibung und Analyse der Teilprozesse im Zählerwesen werden detaillierte Angaben über den Zähler- und Dienstleistungsmarkt (Marktdaten einschließlich Preise und Konditionen sowie Outsourcingüberlegungen, Optimierungsbedarf, strategische Überlegungen als Reaktion auf die Auswirkungen der Rahmenbedingungen) in diesem Bereich gemacht.

Es wird aufgezeigt, welche Auswirkungen die Umsetzung von EnWG, MID, Eichrecht und GVV auf die Positionierungen und Argumentationen im Zählerwesen (auch gegenüber Vorständen) besitzt, welche Konsequenzen sich daraus für den Markt ergeben und wie sich die Akteure bereits heute darauf vorbereiten können, um die Chancen richtig zu nutzen. Damit wird es für Energieversorger und spezialisierte Dienstleister möglich, die eigenen Strategien im Markt für Zählerdienstleistungen zu schärfen und mit der erwarteten Marktsituation offensiv umzugehen.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen fließen 111 strukturierte und qualifizierte Tiefeninterviews mit folgenden Zielgruppen in die Studie ein:

- Energieversorgungsunternehmen
- Zählerdienstleister
- Abrechnungsdienstleister

Darüber hinaus greift die Studie weiteres vorliegendes Wissen aus anderen trend:research-Studien auf und vergleicht auch die aktuellen Ergebnisse mit den Aussagen aus der ersten Auflage.

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse wurden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erhoben. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends, Wettbewerb sowie Strategien im liberalisierten Markt.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie richtet sich an Energieversorgungsunternehmen, Zählerdienstleister, Abrechnungsdienstleister, Prüfstellen und Zählerhersteller und hilft diesen Unternehmen, die weitere Entwicklung mit den sich für sie ergebenden Konsequenzen einzuschätzen und die eigene Strategie/ Marktpositionierung vor diesem Hintergrund auszurichten. Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführer, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Bereichsleitungen Zählerwesen und Abrechnung bzw. Netzbereiche.

1	Management Summary	39	4.4.4.5	Archivierung, Dokumentation und Datenpflege	280
2	Einführung, Methodik und Definitionen	80	4.4.4.6	Datenbereitstellung	282
2.1	Einführung und Problemstellung	80	4.4.5	Inkasso	284
2.2	Ziele und Nutzen der Studie	81	4.4.6	Sperrung	285
2.3	Inhalt und Vorgehensweise	84	4.5	Abrechnung	288
2.4	Methodik	87	4.6	Beispielhafte Optimierungsansätze	291
2.5	Begriffsdefinitionen	92	4.6.1	Optimierungspotenzial	291
3	Rahmenbedingungen	105	4.6.2	Ausgewählte Optimierungsansätze	294
3.1	Rahmenbedingungen Energie- und Wasserwirtschaft	105	4.6.2.1	Technologien	294
3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen im Zählerwesen	117	4.6.2.2	Standardisierung auf Technologieebene: Zähler	295
3.2.1	Überblick über Gesetze und Verordnungen	117	4.6.2.3	Prozesse	296
3.2.1.1	EnWG	117	4.6.3	Organisation	303
3.2.1.2	Netzzugangsverordnung	119	4.6.3.1	Organisationsanpassung	303
3.2.1.3	Netzentgeltverordnung	124	4.6.3.2	Organisationsveränderung	303
3.2.1.4	Grundversorgungsverordnung	127	4.6.3.3	Outsourcing	304
3.2.1.5	Konzessionsabgabenverordnung	128	5	Organisation im Zählerwesen	306
3.2.1.6	Gesetz für den Vorrang Erneuerbarer Energien	130	5.1	Aufbauorganisation: Status Quo	306
3.2.1.7	Konsequenzen und Auswirkungen	131	5.2	Abgrenzung zu Netzen/ Netzdienstleistern	309
3.2.2	Ableitungen aus Gesetzen und Verordnungen	134	5.3	Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Organisation	315
3.2.3	Europäische Messgeräte Richtlinie EU-MID	144	5.4	Partnerschaften und Kooperationen	317
3.2.3.1	Nationale Umsetzung der MID	148	5.5	Spartenübergreifende Synergien in Zählerwesen und Ablesung	321
3.2.3.2	Auswirkungen der MID auf das Zählerwesen und die Marktakteure	150	5.5.1	Prozessintern	322
3.2.3.3	Regulierungsbehörde	153	5.5.2	Prozessübergreifend/ unternehmensintern	323
3.2.3.4	Preiszusammensetzung als Regulierungsargument	155	5.5.3	Unternehmensübergreifend	324
3.2.3.5	Konsequenzen und Auswirkungen	157	5.6	Organisationsmodelle	326
3.3	Rollen und Konstellationen im liberalisierten Zählerwesen	158	5.6.1	Fokus: EVU	329
3.3.1	Überblick	159	5.6.2	Fokus: Zählergesellschaft	330
3.3.2	Marktakteure	160	5.6.3	Fokus: Netzgesellschaft	331
3.3.3	Vertragskonstellationen	169	5.6.4	Fokus: (Shared) Service Gesellschaft	332
3.3.4	Zukunftsentwicklungen und Ausblick im Zähler- und Messwesen	176	5.6.5	Zusammenführung	332
3.3.4.1	Status Quo: Liberalisierung des Zählens	176	5.7	Weiteres Vorgehen	334
3.3.4.2	Entwicklung und Ausblick 2006/ 2007	177	6	Zählerdienstleistungen	338
3.3.4.3	Entwicklungen über 2007 hinaus	190	6.1	Anforderungen von Energieversorgern	338
3.3.5	Konsequenzen und Schlussfolgerungen	201	6.2	Anforderungen von Endkunden	344
3.3.6	Weiteres Vorgehen in der Studie	202	6.3	Marktakzeptanz von Zählerdienstleistungen	346
4	Prozesse und Prozessoptimierungen im Zählerwesen	205	6.3.1	Status Quo im Outsourcing	346
4.1	Überblick: Abgrenzung und Beschreibung auf Prozessebene	205	6.3.2	Zeitliche Entwicklung	348
4.1.1	Ablauforganisation	205	6.3.3	Zukünftige Entwicklungen im Outsourcing	351
4.1.2	Schnittstellen	209	6.3.4	Vergabe von Zählerdienstleistungen	353
4.1.3	Organisatorische Trennung der Sparten	215	6.3.4.1	Optimierungsbedarf	353
4.2	Zählerbewirtschaftung	217	6.3.4.2	Zählerbewirtschaftung	355
4.2.1	Status Quo	217	6.3.4.3	Ablesung	356
4.2.2	Bedarfsmittlung	218	6.3.4.4	Prüfung und Eichung	357
4.2.3	Grundsätze: Überblick über technische Standards und Pflichtenheft	219	6.4	Formen der Leistungsausgliederung	359
4.2.3.1	Beispiel TAB	220	6.4.1	Kooperationsarten	359
4.2.3.2	Beispiel EEG	221	6.4.2	Kooperationsformen	360
4.2.3.3	Beispiel Zählerplätze	222	6.4.3	Eckpunkte einer kooperativen Ausgestaltung	362
4.2.4	Marktanalyse und Produktauswahl	223	6.4.4	Erfolgsfaktoren	365
4.2.5	Einkauf/ Beschaffung	224	6.4.5	Zielsetzung und Beispiele	367
4.2.6	Zählerdatenerfassung und Geräteverwaltung	225	6.5	Preise und Kosten	369
4.2.7	Lagerung/ Bestandsmanagement	225	6.5.1	Marktpreise und Kosten im Zählerwesen	372
4.2.8	Gerätelogistik	226	6.5.1.1	Zählerbewirtschaftung	372
4.2.9	Montage, Wechsel, Demontage	228	6.5.1.2	Kennzahlen in der Messung/ Ablesung	375
4.2.10	Instandsetzung und Justage	233	6.5.1.3	Prüfung und Eichung	382
4.2.11	Reparatur und Störungsbehebung	233	6.5.1.4	Preise für komplette Zählerdienstleistungen	388
4.3	Prüfung und Eichung	235	6.5.1.5	Preise für den gesamten Billingprozess	389
4.3.1	Status Quo	235	6.5.1.6	Beispiel EnBW	391
4.3.2	Anforderungen an Prüfstellen	240	6.5.1.7	Beispiel Zenner	392
4.3.3	Auswahl und Anwendungen der Prüfverfahren	241	6.5.2	Anteil der Messkosten am Energiepreis	394
4.4	Anzeigen und Aufschriften	241	6.5.3	Exkurs Benchmarking: Chancen und Risiken	395
4.4.1	Status Quo	243	6.5.3.1	Einführung	395
4.4.2	Vorbereitung	245	6.5.3.2	5 Phasen des Benchmarking	396
4.4.3	Datenerhebung/ Ableseprozesse	247	6.5.3.3	Nutzen, Erkenntnisgewinn und Probleme: Chancen und Risiken	397
4.4.3.1	Ablesung vor Ort	248	6.5.3.4	Optionen für das Zählerwesen	399
4.4.3.2	Selbstablesung	258	6.6	Potenziale bei Zählerdienstleistungen	402
4.4.3.3	Zählerfernauslesung	268	6.6.1	Identifikation von Potenzialen	402
4.4.4	Energiedatenmanagement	277	6.6.2	Differenzierungspotenzial und Alleinstellungsmerkmale	405
4.4.4.1	Datenerfassung	277	7	Zählertechnologien im In- und Ausland	408
4.4.4.2	Plausibilisierung	278	7.1	Technologien/ Entwicklungen	408
4.4.4.3	Störungs- und Resteablesung/ Nachbearbeitung	279	7.1.1	Mobile Technologien im Zählerwesen: Mobile (Pre-) Payment/ Mobile Commerce in der Energiewirtschaft	409
4.4.4.4	Schätzung/ Ersatzwertbildung	280	7.1.2	Zählerfernauslesung	415
			7.1.2.1	Übersicht	415
			7.1.2.2	Übertragungswege	416

7.1.3	Multi-Utility für Hausanschluss und Zähler	430	9.3.2.2	Marktsegmentierung und Marktbegrenzung	573	12.6.1	Ausgründungs- und Positionierungsszenarien: Organisatorische und prozessuale Optimierung	813
7.1.4	AMIS – Integrierte Energieverbrauchs- und Netzbetriebsdatenerfassung	432	9.3.2.3	Gesamtmarkt Zählerwesen	575	12.6.1.1	Outsourcing/ Backsourcing	813
7.1.5	Entwicklungen und Neuerungen in der Zählertechnologie	435	9.3.2.4	Neugeräte	576	12.6.1.2	Ausgründung	817
7.1.5.1	eHZ - elektronischer Haushaltszähler	435	9.3.3	Teilmärkte	577	12.6.1.3	Interne Kompetenzbündelung	821
7.1.5.2	tLZ – taktischer Lastgangzähler	440	9.3.3.1	Teilmarkt Zählerbewirtschaftung	577	12.6.1.4	Straffung auf Konzernebene	824
7.1.5.3	Echelon	441	9.3.3.2	Teilmarkt Ablesung	579	12.6.1.5	Kooperationen zur Markterschließung	827
7.2	Entwicklungstendenzen unter Berücksichtigung von Kosteneinsparpotenzialen	443	9.3.3.3	Teilmarkt Prüfung und Eichung	580	12.6.1.6	Weitere	830
7.3	Beispiele	445	9.3.4	Marktentwicklung bis 2015	582	12.6.1.7	Bewertung	830
7.3.1	Beispiel eHZ	445	9.3.4.1	Gesamtmarkt	583	12.6.2	Vertriebsstrategien	832
7.3.2	Beispiele Software	453	9.3.4.2	Teilmärkte	590	12.6.2.1	Preisstrategien	832
7.3.3	Systembeispiele Prepayment	472	9.3.5	Qualitative Marktentwicklung	595	12.6.2.2	Geographische Strategien	833
7.3.3.1	Chipschlüsselzähler (key)	473	9.3.6	Optionen und Potenziale in anderen europäischen Märkten	595	12.6.2.3	Spezialist vs. Full-Service-Dienstleister	837
7.3.3.2	Münzzähler	479	10	Wettbewerb	597	12.6.2.4	Bewertung	841
7.3.3.3	Kartenzähler	480	10.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	598	12.6.3	Abschottungsszenarien	842
7.3.3.4	Weitere	483	10.1.1	Wettbewerbsebenen	598	12.6.3.1	Diskriminierungsfreiheit als Basis einer Abschottungsstrategie	844
7.3.4	Beispiele M-BUS	484	10.1.2	Wettbewerbsausprägung	599	12.6.3.2	Abschottung über Technologien und Standards	844
7.4	Auswirkungen auf den deutschen Markt	489	10.1.2.1	Stromwettbewerb	599	12.6.3.3	Abschottung über Prozesse	844
8	Entwicklungen und Erfahrungen im Ausland	492	10.1.2.2	Gaswettbewerb	603	12.6.3.4	Bewertung	845
8.1	Allgemeines	492	10.1.2.3	Wasserwettbewerb	606	12.6.4	Reaktionsszenarien	846
8.2	Europa	495	10.1.2.4	Wärmewettbewerb	610	12.6.4.1	Nicht-Handeln	846
8.2.1	England	499	10.2	Wettbewerb im Zählen, Messen und Prüfen	612	12.6.4.2	Isolation	847
8.2.2	Frankreich	501	10.2.1	Wettbewerb bei Zählerdienstleistungen	612	12.6.4.3	Kooperation	849
8.2.3	Irland	502	10.2.1.1	Wettbewerbsebenen und -ausprägungen	612	12.6.4.4	Wettbewerbsoffensives Gegenverhalten	851
8.2.4	Italien	503	10.2.1.2	Wettbewerbsentwicklung und -dynamik	615	12.6.4.5	Desinvestment	854
8.2.5	Niederlande	505	10.2.2	Wettbewerb in der Ablesung	627	12.7	Weitere Strategieoptionen	857
8.2.6	Österreich	508	10.2.3	Wettbewerb bei Prüfstellen	637	12.7.1	Besetzung von Nischen	857
8.2.7	Spanien	509	10.2.4	Exkurs: Wettbewerb bei Messstellenbetreibern und Messdienstleistern	638	12.7.2	Know-how-Transfer	859
8.2.8	Skandinavien	510	10.3	Bekanntheit von Marktakteuren	642	12.7.3	Partnerschaften und Kooperationen	860
8.2.8.1	Dänemark	512	10.3.1	Bekanntheit von Abrechnungsdienstleistern, Zählergesellschaften und Servicedienstleistern	643	12.7.4	Mitarbeiterführung und -schulung	863
8.2.8.2	Norwegen	513	10.3.2	Bekanntheit von Zählerherstellern, -dienstleistern und Anbietern von Zählerfernauslesesystemen:	646	12.7.5	Strategische Bedeutung der Ablesung	864
8.2.8.3	Schweden	513	10.3.3	Bekanntheit von Heizkostenverteilern und Wärmeabrechnern	649	12.7.6	Service Level Agreements	866
8.3	Osteuropa und Asien	518	10.3.4	Zusammenführung	651	12.7.7	Kundenorientierung bei ZFA-Umsetzung	867
8.3.1	Russland	518	10.4	Ausgewählte Wettbewerbsprofile	657	12.7.8	Synergien / Wirtschaftlichkeitsorientierter Ansatz	868
8.3.2	China	519	10.4.1	Zähler- und Zählertechnologiehersteller	657	12.7.9	Benchmarking	869
8.3.3	Japan	520	10.4.2	Zählerdienstleister	705	12.8	Strategieoptionen bei unterschiedlicher Ausgangslage	872
8.4	Nordamerika	521	10.4.3	Energieversorger mit Zählerdienstleistungen für Dritte	715	12.8.1	Markteintritt von EVU	872
8.4.1	USA	521	10.4.4	Übersicht: IT- / TK-Anbieter	734	12.8.2	Spezialisierte Zählerdienstleister (Full-Service-Angebote)	875
8.4.2	Kanada	525	10.5	Auswirkungen und Konsequenzen	748	12.8.3	Zählerhersteller	876
8.4.3	Mexiko	526	11	Trends, Chancen und Risiken	754	12.8.4	Messstellenbetreiber	877
8.5	Lateinamerika	528	11.1	Trends	755	12.9	Zusammenfassung	879
8.6	Schlussfolgerungen und Auswirkungen auf den deutschen Markt	530	11.1.1	Trends bei Energieversorgungsunternehmen	755	13	Ausblick	881
9	Der Markt für Zählerdienstleistungen	533	11.1.2	Trends bei spezialisierten Zählerdienstleistern und Prüfstellen	759	13.1	Einleitung	881
9.1	Einleitung und Erläuterung zur Darstellung des Marktes und der angewandten Methodik	534	11.1.3	Trends bei Abrechnungsdienstleistern	761	13.2	Entwicklung in der Energiewirtschaft	882
9.2	Grundannahmen und Prämissen	541	11.1.4	Trends bei Messstellenbetreibern	763	13.3	Die Zählerbewirtschaftung in 2015	888
9.2.1	Annahmen für alle Szenarien	541	11.1.5	Trends bei Herstellern	767	13.4	Die Ablesung in 2015	892
9.2.1.1	Allgemeine Grundannahmen	541	11.1.6	Markttrends	770	13.5	Prüfung und Eichung in 2015: Welche Zukunft haben Prüfstellen?	895
9.2.1.2	Ausgewählte Grundannahmen: Zählerwesen	542	11.1.7	Wettbewerbstrends	773	13.6	Organisationsschnittstellen und -konstellationen	897
9.2.1.3	Ausgewählte Grundannahmen: Ablesung	543	11.1.8	Technologie-trends	774	13.6.1	Messstellenbetreiber	897
9.2.1.4	Ausgewählte Grundannahmen: Prüfung/ Eichung	544	11.2	Chancen und Risiken	778	13.6.2	Messdienstleister	899
9.2.2	Überblick über szenariospezifische Annahmen	545	11.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger	779	13.6.3	Abrechnungsdienstleister	901
9.2.2.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	546	11.2.2	Chancen und Risiken für spezialisierte Dienstleister und Prüfstellen	785	14	Praxistipps	904
9.2.2.2	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	548	11.2.3	Chancen und Risiken für Hersteller	787	14.1	Einleitung	904
9.2.2.3	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen mit Schwerpunkt Zählen und Messen	550	11.2.4	Chancen und Risiken für Abrechnungsdienstleister	791	14.2	Vorgehensweise zur Platzierung eines eigenen Angebotes	906
9.2.2.4	Entwicklung der Rahmenbedingungen bei Zählerdienstleistungen	551	12	Strategien	794	14.2.1	Entscheidungsprobleme und Entscheidungsfindung	906
9.2.2.5	Entwicklung der Rahmenbedingungen bei Ablesedienstleistungen	554	12.1	Grundverständnis Strategiebegriff	794	14.2.2	Erstellung Businessplan	913
9.2.2.6	Entwicklung der Rahmenbedingungen bei Prüfen und Eichen	556	12.2	Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategie	796	14.2.2.1	Aufbau	914
9.2.2.7	Entwicklung bei Technologien und Systemen	557	12.3	Erfolgsfaktoren	801	14.2.2.2	Nutzen	916
9.2.3	Rahmenbedingungen aus Sicht der Energieversorger	559	12.3.1	Strategische Erfolgsfaktoren	801	14.2.2.3	Beispiel: Investitionsplanung	918
9.3	Markt für Zählerdienstleistungen	562	12.3.2	Operative Erfolgsfaktoren	801	14.2.3	Partnerauswahl und Kooperationen	919
9.3.1	Status Quo: Basiskennzahlen	562	12.4	Passiver Marktauftritt: Nicht-Handeln	803	14.2.3.1	Ansätze und Beispiele für Partnerschaften im Zählerwesen	919
9.3.1.1	Einschätzungen befragter Unternehmen	562	12.4.1	Ausgestaltung	803	14.2.3.2	Vorgehensweise – Beispiel 1	922
9.3.1.2	Installierte Zähler	563	12.4.2	Bewertung	805	14.2.3.3	Vorgehensweise – Beispiel 2	925
9.3.1.3	Geeichte (Neu-)Zähler	564	12.5	Neutraler Marktauftritt: Handeln auf Anforderung	806	14.3	Vorgehensweise beim Outsourcing	928
9.3.1.4	Prüfstellen	570	12.5.1	Positionierung gegenüber Anfrage von Areal- / Objektnetzbetreibern	806	14.3.1	Ziele	928
9.3.1.5	Preise / Kosten	570	12.5.2	Bilanzkreissicherung	809	14.3.2	Auswahl von Dienstleistern	929
9.3.2	Gesamtmarkt	573	12.5.3	Bewertung	811	14.3.3	Vertragsentwicklung und -management	929
9.3.2.1	Marktvolumen	573	12.6	Aktiver Marktauftritt: Handeln aus Eigeninitiative	813	14.3.4	Service Level Agreements	930
						14.3.5	Kontinuierliche Verbesserungen	931
						14.3.6	Teil- vs. Komplett-Outsourcing	932

Die Studie umfasst 934 Seiten und ist ab sofort erhältlich. Aufgrund von Aktualisierungen können sich ggf. die Seitenzahlen noch ändern.

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.06-0011-2) »Zählerwesen (2. Auflage)« zum Preis von EUR 4.400,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggf. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis 2006 zu.
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.
- Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?
 - Erhalt dieser Broschüre
 - Internet
 - Empfehlung durch
 - Sonstiges

ADRESSE	
FIRMA	
NAME	
FUNKTION	
STRASSE	
PLZ/ORT	
TEL./FAX	
E-MAIL	
<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.
	Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben.
Datum	Unterschrift/Stempel 09-0203

trend:research

Institut für Trend- und Marktforschung

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 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 sich stark wandelnder Märkte, z.B. der liberalisierten Energie- und Telekommunikationsmärkte.

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 »Zählerwesen (2. Auflage)« kostet EUR 4.400,00 (persönliches Exemplar).

Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 300,- 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 Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab sofort erhältlich.



WEITERE STUDIEN

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

- Forderungsmangement in der Verbrauchsabrechnung, 2. Auflage**, geplant, ca. 500 S., EUR 4.200,00
- Der Markt für Messstellenbetreiber: Potenziale und Bedrohungen im neuen Zählen und Messen**, 05/06, 711 S., EUR 3.900,00
- Ablesung: Verbrauchsdatenerfassung in der Energiewirtschaft**, 02/05, 667 S., EUR 3.900,00
- Zählerfernauslesung in der Energiewirtschaft: Marktentwicklung, Technologie, Strategie**, 02/05, 724 S., EUR 3.900,00
- Verbrauchsabrechnung: Strom, Gas, Wasser, Wärme, Heizkosten (3. Auflage)**, 06/05, 1.322 S., EUR 5.500,00
- EVU-Berater 2005: Der Markt für Beratungsleistungen in der Energiewirtschaft**, 06/05, 726 S., EUR 4.900,00
- IT-Berater 2005: Der Markt für IT-Beratungsleistungen in der Energiewirtschaft**, 12/05, ca. 500 S., EUR 4.900,00
- Stromhandel 2005 (3. Aufl.)**, 05/05, 865 S., EUR 3.900,00
- Der Markt für Netzdienstleistungen**, 04/06, 700 S., EUR 4.500,00
- Quo vadis Energiepreise: Pricingstrategien im regulierten Markt**, geplant, ca. 500 S., EUR 3.900,00
- Der Gaszählermarkt in Deutschland: Neue Technologien und Prozessoptimierung (2. Auflage)**, geplant, ca. 500 S., EUR 3.900,00
- Heizkostenverteilung und -abrechnung: Markt, Potenziale, Strategien**, 09/04, 700 S., EUR 4.400,00

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