



# Druck, Verpostung und Versand (2. Auflage)

## Konventionelle und elektronische Verfahren im (Abrechnungs-) Versand der Energiewirtschaft

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

trendresearch.de

- Energiewirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen
- Prozessablauf in konventionellen und elektronischen Prozessen
- Dienstleistungsspektrum im Markt
- Kennzahlen in konventionellen und elektronischen Prozessen

- Marktvolumen, -potenzial und -entwicklung
- Wettbewerber und Unternehmensprofile ausgewählter Marktteilnehmer
- Aktuelle Trends, Chancen und Risiken
- Strategien für ausgewählte Marktteilnehmer

Seit Mitte dieses Jahres können elektronische Abrechnungen auch ohne qualifizierte elektronische Signatur beim Finanzamt eingereicht werden, wenn die „Echtheit der Herkunft und die Unversehrtheit der Daten“ (vgl. Umsatzsteuergesetz) durch die Verfahren des Datenaustauschs gewährleistet sind. Diese Entscheidung des Gesetzgebers erleichtert den verstärkten Versand elektronischer Abrechnungen – auch in der Energiewirtschaft.

Die konventionellen Verfahren sind zwar – vor allem beim Versand von hohen (Abrechnungs-) Mengen – relativ günstig, doch ließen sich bei einem elektronischen Versand deutliche Kostensenkungen erzielen.

Zusätzlich wird der forcierte Einsatz von Smart Metering zu einem Anstieg der monatlich zu versendenden Informationsschreiben oder auch zu einer Verkürzung des Abrechnungszeitraums führen, sodass der Rechnungsversand – zumindest im Stromsektor – ähnliche Ausmaße wie in der Telekommunikationsbranche annehmen wird.

Diese Entwicklungen führen dazu, dass zunehmend auch Randprozesse des Billing/der Abrechnungserstellung wie Druck, Verpostung und Versand analysiert und optimiert werden.

Neben einer reinen Kostenbetrachtung und der Entscheidung für eine Fremdvergabe vor allem des konventionellen Versands (vgl. Abb. links), sollten Energieversorger den elektronischen Versand von Abrechnungen und weiteren Kundeninformationen verstärkt einsetzen. Zwischen Lieferant und Netzbetreiber wurden bspw. die Geschäftsprozesse im Lieferantenwechsel bei Strom und Gas standardisiert, sodass die Abrechnung der

Netzentgelte bereits weitgehend elektronisch erfolgt. Zukünftig gilt es, auch den Anteil der elektronisch versendeten Lieferantenabrechnungen zu steigern, um Kosten- und Prozessoptimierungen weitgehend ausschöpfen zu können.

Die Studie zeigt vor diesem Hintergrund neben rechtlichen Rahmenbedingungen und den Prozessabläufen ebenso das Dienstleistungsspektrum auf. Den Energieversorgungsunternehmen und Dienstleistern wird damit ein Überblick über den Markt ermöglicht.

Die Studie beantwortet u. a. die folgenden Fragestellungen:

- Welche (rechtlichen) Rahmenbedingungen bestimmen den Markt für Druck, Verpostung und Versand in der Energiewirtschaft?
- Welche Anforderungen stellen Energieversorger an Prozesse?
- Welches Dienstleistungsspektrum umfassen die einzelnen Teilprozesse konventioneller Druck, konventionelle Verpostung, konventioneller und elektronischer Versand?
- Welche Maßnahmen bieten sich zur Kostensenkung bei Druck, Verpostung und Versand an?
- Wie wird sich das Marktvolumen in den einzelnen Bereichen von Druck, Verpostung und Versand entwickeln?
- Wer sind die wesentlichen Marktakteure?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich für unterschiedliche Marktakteure und welche Strategien können daraus abgeleitet werden?

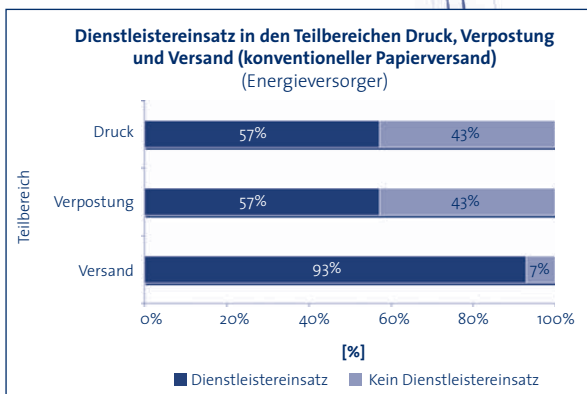


Abbildung: Dienstleistereinsatz in Druck, Verpostung und Versand im Jahr 2011 (Quelle: trendresearch, 2011)

## Druck, Verpostung und Versand (2. Auflage)

### Geplanter Inhalt der Studie

## Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der Entwicklung und den Handlungsmöglichkeiten im Bereich Druck, Verpostung und Versand bei Energieversorgern zu stellen sind.

Ausgehend von der Darstellung der aktuellen Rahmenbedingungen (insbesondere Einfluss des Einsatzes von Smart Metering) werden für den Bereich Druck, Verpostung und Versand einzelne Prozessbestandteile und Optimierungsmaßnahmen (insb. die Nutzung des elektronischen Versands) beschrieben. Es erfolgt eine Analyse von Anforderungen an Prozesse sowie eine Beschreibung der am Markt angebotenen wesentlichen Dienstleistungen. Die Betrachtung der Kostenstrukturen in den Teilprozessen erlaubt einen ersten Vergleich von konventionellen und elektronischen Prozessen. Die Darstellung des Marktes für Druck, Verpostung und Versand erfolgt auf Basis einer Szenarioanalyse.

Die Studie unterstützt die Prozessoptimierung bei Energieversorgern sowie eine aktive Positionierung von Abrechnungsdienstleistern und weiteren Unternehmen im Bereich Druck, Verpostung und Versand.

## 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 für die Potenzialstudie ca. 75 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energielieferanten/Netzbetreiber
- Abrechnungsdienstleister
- Lettershops und Druckereien
- IT-Dienstleister und Rechenzentren
- Versanddienstleister

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 Markt, Wettbewerb, Trends sowie Strategien.

## An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern, die Prozesse von Druck, Verpostung und Versand zu optimieren und Kostensenkungspotenziale (bspw. durch den Einsatz des elektronischen Versands) zu nutzen.

Aktiv positionierten und potenziellen Dienstleistern ermöglicht sie, einen Überblick über wesentliche Anforderungen der Energiewirtschaft zu bekommen und die eigene Strategie bzw. das eigene Angebot vor diesem Hintergrund auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich z. B. für Vorstände, Geschäftsführung sowie die Bereiche Vertrieb, Strategie, Planung und Entwicklung, Abrechnung.

<b>1</b>	<b>Summaries</b>	4.2.6	PDF
1.1	Executive Summary	4.2.7	XML
1.2	Management Summary	4.2.8	Weitere
<b>2</b>	<b>Allgemeine Grundlagen</b>	4.3	Prozesse in Druck, Verpostung und Versand
2.1	Einleitung	4.3.1	Bestandteile von Druck, Verpostung und Versand aus Sicht der Befragten
2.2	Zielsetzung und Nutzen	4.3.1.1	Energielieferanten/Netzbetreiber
2.3	Methodik und Studiendesign	4.3.1.2	Dienstleister in Druck, Verpostung und Versand
2.4	Eingrenzung des Themas	4.3.2	Überblick: Prozessablauf in Druck, Verpostung und Versand
2.5	Begriffsdefinitionen	4.3.2.1	Allgemeine Anforderungen an die Prozesse
2.5.1	Archivierung/Dokumentation	4.3.2.2	Konventionelle Prozesse
2.5.2	Ausgabeformat	4.3.2.3	Elektronische Prozesse
2.5.3	Beileger	4.3.2.4	Abgrenzung konventionelle Prozesse vs. elektronische Prozesse
2.5.4	Druck	4.3.3	Teilprozess konventioneller Druck
2.5.4.1	Digitaldruck	4.3.3.1	Übernahme von Daten aus IT-Systemen zum Druck
2.5.4.2	Individualdruck	4.3.3.2	Ermittlung der Versandschnittstelle beim Marktpartner/Kunden
2.5.4.3	Transaktionsdruck	4.3.3.3	Layouterstellung
2.5.5	Elektronische/konventionelle Prozesse	4.3.3.4	Generierung der Rechnungen/Dokumente
2.5.6	Frankierung	4.3.3.5	Elektronische Archivierung/Dokumentation
2.5.7	Layout	4.3.6	Übergabe der Druckdateien an Druck
2.5.8	Internet Billing	4.3.7	Materialbeschaffung für den Druck
2.5.9	Verpostung/Kuvertierung	4.3.8	Rechnungsdruck
2.5.10	Sourcingmodelle	4.4	Teilprozess konventionelle Verpostung
2.5.10.1	Backsourcing/Insourcing	4.3.4.1	Falzung und Kuvertierung der Rechnungen
2.5.10.2	Outsourcing	4.3.4.2	Zusteuierung von Beilagen
2.5.10.3	Selbsterstellung	4.3.4.3	Portooptimierung
2.5.11	Spooldaten	4.3.4.4	Frankierung
2.5.12	Versandschnittstelle	4.3.4.5	Versandauflieferung
2.5.13	Weitere	4.3.5	Teilprozess konventioneller Versand
<b>3</b>	<b>Rahmenbedingungen</b>	4.3.5.1	Rechnungs-/Dokumentenversand
3.1	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	4.3.5.2	Retourenmanagement
3.1.1	Strommarkt	4.3.6	Teilprozess elektronische Prozesse
3.1.2	Gasmarkt	4.3.6.1	IT-Umstellung als Voraussetzung für elektronische Prozesse
3.2	Rahmenbedingungen für Druck, Verpostung und Versand	4.3.6.1.1	IT-Umstellung für EDIFACT-Nachrichtenversand zur elektronischen Marktkommunikation
3.2.1	Bundesnetzagentur und deren Aufgaben im Postsektor	4.3.6.1.2	Einsatz von Konvertierungslösungen für elektronische Ausgabeformate (bspw. PDF-Druckertreiber)
3.2.2	De-Mail-Gesetz (De-Mail-G)	4.3.6.2	Übernahme von Daten aus IT-Systemen zum Druck
3.2.3	EU-Richtlinie 2008/6/EG	4.3.6.3	Ermittlung der Versandschnittstelle beim Marktpartner/Kunden
3.2.4	EU-Richtlinie 97/67/EG	4.3.6.4	Layouterstellung
3.2.5	Postdienste-Datenschutzverordnung (PDSV)	4.3.6.5	Generierung der Rechnungen/Dokumente
3.2.6	Postdienstleistungsverordnung (PDLV)	4.3.6.6	Elektronische Archivierung/Dokumentation
3.2.7	Post-Entgeltregulierungsverordnung (PEntgV)	4.3.6.7	Elektronischer Versand
3.2.8	Post-Lizenzgebührenverordnung (PLGebV)	4.3.6.8	Bearbeitung von Fehlläufern/elektronischen Fehlermeldungen
3.2.9	Postgesetz (PostG) – inkl. Novelle 2012	4.3.7	Allgemeine Vor- und Nachteile konventioneller und elektronischer Prozesse
3.2.10	Post- und Telekommunikationssicherstellungsgesetz (PTSG)	4.3.8	Prozessoptimierung der elektronischen Prozesse
3.2.11	Post-Universaldienstleistungsverordnung (PUDLV)	4.3.8.1	Einfluss durch Smart-Metering-Einsatz
3.2.12	Signaturgesetz (SigG)	4.3.8.2	Einfluss auf das Forderungsmanagement
3.2.13	Weitere	4.3.8.3	Einfluss auf den Kundenservice
3.3	Rahmenbedingungen in der Informationstechnologie	4.4	Zusammenfassung
3.3.1	Entwicklung des Internetzugangs	<b>5</b>	<b>Dienstleistungsspektrum und Sourcing in Druck, Verpostung und Versand</b>
3.3.2	(Mobile) Internetnutzung	5.1	Allgemeine Anforderungen ausgewählter Marktakteure an Druck, Verpostung und Versand
3.3.3	Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU)	5.1.1	Anforderungen der Energielieferanten
3.3.4	Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)	5.1.2	Anforderungen der Netzbetreiber
3.3.5	Umsatzsteuergesetz (insb. §14 UStG)	5.1.3	Anforderungen der Endkunden
3.3.6	Urheberrechtsgesetz (UrhG)	5.2	Spezifische Anforderungen an elektronischen Versand
3.3.7	Telemediengesetz (TMG)	5.2.1	Ausgestaltung der Versandschnittstellen
3.3.8	Weitere	5.2.2	Ausgestaltung der Ausgabeformate
3.4	Rechtliche Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	5.3	Dienstleistungsspektrum in Druck, Verpostung und Versand
3.4.1	Bundesnetzagentur und deren Aufgaben im Energiesektor	5.3.1	Dienstleistungen im konventionellen Druck
3.4.2	Energiewirtschaftsgesetz (insb. §§ 21h und 40 EnWG)	5.3.1.1	Übernahme der Dokumentendaten
3.4.3	Grundversorgungsverordnung (GVV)	5.3.1.2	Layoutgestaltung
3.4.4	Weitere	5.3.1.3	Generierung der Rechnungen/Dokumente
<b>4</b>	<b>Versandschnittstellen, Ausgabeformate und Prozesse in Druck, Verpostung und Versand</b>	5.3.1.4	Elektronische Archivierung/Dokumentation
4.1	Versandschnittstellen bei Marktpartnern/Kunden	5.3.1.5	Materialbeschaffung
4.1.1	Überblick: Einsatz der Versandschnittstellen	5.3.1.6	Dokumentendruck
4.1.2	Adresse (auch Postfach)	5.3.1.6.1	Beilagedruck
4.1.3	Archivmanagementsystem	5.3.1.6.2	Individualdruck
4.1.4	De-Mail	5.3.1.6.3	Transaktionsdruck
4.1.5	E-Mail (bspw. für PDF-/EDIFACT-Versand)	5.3.1.6.4	Umschlagdruck
4.1.6	Internetportal für Kunden/Marktpartner	5.3.2	Dienstleistungen in der konventionellen Verpostung
4.1.7	Mobile Endgeräte	5.3.2.1	Materialbeschaffung
4.1.8	Schnittstelle zum IT-System des Kunden/Marktakteurs	5.3.2.2	Zusammenführung verschiedener Bestandteile in ein Gesamtdokument
4.1.9	Weitere Schnittstellen (bspw. Datenträgerversand/-übergabe auf CD/DVD)	5.3.2.3	Falzung der Dokumente und Beilagen
4.2	Ausgabeformate	5.3.2.3.1	Einbruchfalz
4.2.1	Überblick: Einsatz der Ausgabeformate	5.3.2.3.2	Fensterfalz
4.2.2	CSV	5.3.2.3.3	Kreuzbruchfalz
4.2.3	EDIFACT		
4.2.4	Flatfile (bspw. HTML, PHP)		
4.2.5	Papier		

5.3.2.3.4	Parallelmittelfalz	7	<b>Der Markt für Druck, Verpostung und Versand</b>	8.6.2	arvato AG
5.3.2.3.5	Wickelfalz	7.1	Einleitung	8.6.3	Drescher Print Solutions GmbH
5.3.2.3.6	Zickzackfalz	7.2	Methodik und Ziele	8.6.4	GISA GmbH
5.3.2.4	Kuvertierung der Dokumente/Beilagen	7.2.1	Vorgehensweise	8.6.5	Itella Information GmbH
5.3.2.5	Frankierung	7.2.2	Vorstellung der Szenarioanalyse	8.6.6	RatioData IT-Lösungen & Services GmbH
5.3.2.6	Postauflieferung	7.3	Übersicht über die Szenarien	8.6.7	RICOH DEUTSCHLAND GmbH
5.3.3	Dienstleistungen im konventionellen Versand	7.3.1	Degressives Szenario	8.6.8	prilos AG
5.3.3.1	Portooptimierung	7.3.2	Referenzszenario	8.6.9	ProfiForms Projekt GmbH
5.3.3.2	Rechnungs-/Dokumentenversand	7.3.3	Progressives Szenario	8.6.10	rku.it GmbH
5.3.3.3	Retourenmanagement	7.4	Basisprämissen und szenariospezifische Prämissen	8.6.11	Swiss Post Solutions GmbH
5.3.4	Dienstleistungsspektrum in den elektronischen Prozessen	7.4.1	Grundannahmen für alle Szenarien	8.6.12	Weitere
5.3.4.1	Betreuung der Marktkommunikation im EDIFACT-Format (bspw. Übernahme des Lieferantenwechsels etc.)	7.4.1.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	8.7	Profile ausgewählter Unternehmen im (elektronischen) Versand
5.3.4.2	Angebot von Konvertern/Druckertreibern (bspw. zur Umwandlung in PDF)	7.4.1.2	Bevölkerungsentwicklung	8.7.1	Adacom Systems GmbH
5.3.4.3	Umwandlung der Druckdaten in spezifische Ausgabeformate	7.4.2	Überblick über szenariospezifische Annahmen	8.7.2	AuthentiDate International AG
5.3.4.4	Elektronischer Versand an Schnittstellen des Marktpartners/Kunden	7.4.2.1	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	8.7.3	B&L Management Consulting GmbH
5.3.5	Weitere Dienstleistungen	7.4.2.2	Rahmenbedingungen für Druck, Verpostung und Versand	8.7.4	b4 value.net GmbH
5.3.5.1	Adress-/Datenvalidierung	7.4.2.3	Entwicklung im Einsatz von Technologien	8.7.5	Deutsche Post AG
5.3.5.2	Digitale/elektronische Signierung	7.4.2.4	Entwicklung der Mediennutzung	8.7.6	Global Digital Post GmbH
5.3.5.3	Digitalisierung von Dokumenten	7.4.3	Markttreiber und Markthemmnisse	8.7.7	kühn & weyh Software GmbH
5.3.5.4	Dokumentenmanagement	7.4.4	Preise und Preisentwicklung	8.7.8	SAP Deutschland AG & Co. KG
5.3.5.5	Weitere	7.5	Marktentwicklung in 3 Szenarien	8.7.9	SEEBURGER AG
5.4	Sourcing im Bereich Druck, Verpostung und Versand	7.5.1	Der Markt im Basisjahr 2011	8.7.10	SGH Service Aktiengesellschaft
5.4.1	Überblick: Sourcing im Gesamtprozess Druck, Verpostung und Versand	7.5.1.1	Marktvolumen im Gesamtmarkt	8.7.11	Tieto Deutschland GmbH
5.4.1.1	Kooperation	7.5.1.2	Marktvolumen in Teilmärkten	8.7.12	TNT Post Deutschland B.V. & Co. KG
5.4.1.2	Selbsterstellung	7.5.1.2.1	... konventioneller Druck	8.7.13	Weitere
5.4.1.3	Teilweises und komplettes Outsourcing	7.5.1.2.2	... konventionelle Verpostung		
5.4.2	Sourcing im Teilprozess konventioneller Druck	7.5.1.2.3	... konventioneller Versand		
5.4.2.1	Status quo	7.5.1.2.4	... elektronische Prozesse		
5.4.2.2	Vor- und Nachteile der Sourcingoptionen	7.5.2	Der Markt bis 2015		
5.4.2.3	Zukünftige Potenziale	7.5.2.1	Entwicklung des Marktvolumens im Gesamtmarkt		
5.4.3	Sourcing im Teilprozess konventionelle Verpostung	7.5.2.2	Entwicklung des Marktvolumens in Teilmärkten		
5.4.3.1	Status quo	7.5.2.2.1	... konventioneller Druck		
5.4.3.2	Vor- und Nachteile der Sourcingoptionen	7.5.2.2.2	... konventionelle Verpostung		
5.4.3.3	Zukünftige Potenziale	7.5.2.2.3	... konventioneller Versand		
5.4.4	Sourcing im Teilprozess konventioneller Versand	7.5.2.2.4	... elektronische Prozesse		
5.4.4.1	Status quo	7.5.3	Der Markt bis 2020		
5.4.4.2	Vor- und Nachteile der Sourcingoptionen	7.5.3.1	Entwicklung des Marktvolumens im Gesamtmarkt		
5.4.4.3	Zukünftige Potenziale	7.5.3.2	Entwicklung des Marktvolumens in Teilmärkten		
5.4.5	Sourcing im Teilprozess elektronische Prozesse	7.5.3.2.1	... konventioneller Druck		
5.4.5.1	Status quo	7.5.3.2.2	... konventionelle Verpostung		
5.4.5.2	Vor- und Nachteile der Sourcingoptionen	7.5.3.2.3	... konventioneller Versand		
5.4.5.3	Zukünftige Potenziale	7.5.3.2.4	... elektronische Prozesse		
5.5	Exkurs: Maßnahmen zur Förderung des elektronischen Versands	7.5.4	Der Markt bis 2025		
5.5.1	Aufschlag für Papierversand	7.5.4.1	Entwicklung des Marktvolumens im Gesamtmarkt		
5.5.2	Bonus/Gutschrift	7.5.4.2	Entwicklung des Marktvolumens in Teilmärkten		
5.5.3	Rabatt für die Versorgungsleistung	7.5.4.2.1	... konventioneller Druck		
5.5.4	Teilnahme an Gewinnspielen	7.5.4.2.2	... konventionelle Verpostung		
5.5.5	Werbeaktionen (bspw. Geschenke/Reisen)	7.5.4.2.3	... konventioneller Versand		
5.6	Zusammenfassung	7.5.4.2.4	... elektronische Prozesse		
6	<b>Kennzahlen und Einsparpotenziale in Druck, Verpostung und Versand</b>	7.6	Exkurs: Der Markt für Smart Metering		
6.1	Methodik zur Kennzahlenerhebung/-darstellung	7.7	Zusammenfassung		
6.2	Kennzahlen im konventionellen Druck	8	<b>Wettbewerb</b>		
6.2.1	Materialbeschaffung (Papier)	8.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft		
6.2.2	Druck	8.1.1	Wettbewerb im Strommarkt		
6.3	Kennzahlen in der konventionellen Verpostung	8.1.2	Wettbewerb im Gasmarkt		
6.3.1	Materialbeschaffung (Umschläge/Beilagen)	8.2	Wettbewerb im Bereich Druck, Verpostung und Versand gesamt		
6.3.2	Faltung und Kuvertierung	8.3	Wettbewerb im Bereich Druck, Verpostung und Versand in der Energiewirtschaft		
6.3.3	Frankierung	8.3.1	Teilmarkt konventioneller Druck		
6.3.4	Postauflieferung	8.3.2	Teilmarkt konventionelle Verpostung		
6.4	Kennzahlen im konventionellen Versand	8.3.3	Teilmarkt konventioneller Versand		
6.4.1	Preis pro Sendung	8.3.4	Teilmarkt elektronische Prozesse		
6.4.2	Personaleinsatz	8.3.5	Ausgewählte Merkmale im Wettbewerb		
6.5	Kennzahlen in den elektronischen Prozessen	8.3.5.1	Rolle der energiewirtschaftlichen Abrechnungsdienstleister in Druck, Verpostung und Versand		
6.5.1	IT-Umstellung für elektronische Prozesse	8.3.5.2	Vormachtstellung der Deutschen Post AG im konventionellen Versand		
6.5.2	Zeitlicher Aufwand/Aufwandsanteil an der Abrechnungsdurchführung gesamt	8.3.6	Bekanntheit ausgewählter Wettbewerber		
6.5.3	Zukünftige Entwicklung der elektronischen Prozesse	8.4	Zusammenfassung		
6.6	Prozessübergreifende Kostensenkungs- und Optimierungspotenziale	8.5	Profile ausgewählter Abrechnungsdienstleister		
6.6.1	Skalen- und Optimierungseffekte bei konventionellem Druck, Verpostung und Versand	8.5.1	A/V/E GmbH		
6.6.2	Bedeutung des Personaleinsatzes im konventionellen Versand	8.5.2	arvato services (Geschäftsbereich der Arvato AG)		
6.6.3	Senkung von Aufwand/Kosten durch elektronischen Versand	8.5.3	BAS Abrechnungsservice GmbH & Co. KG		
6.6.4	Beispielbewertung: elektronische Prozesse vs. konventionellem Druck, Verpostung und Versand	8.5.4	COUNT+CARE GmbH		
6.7	Zusammenfassung	8.5.5	e.dat GmbH		
		8.5.6	FACTUR Billing Solutions GmbH		
		8.5.7	IAS GmbH		
		8.5.8	prego services GmbH		
		8.5.9	regiocom GmbH		
		8.5.10	Soluvia Billing GmbH (ehemals 24/7 United Billing GmbH)		
		8.5.11	swb Messung und Abrechnung GmbH		
		8.5.12	varys.Gesellschaft für Software und Abrechnung mbH		
		8.5.13	Weitere		
		8.6	Profile ausgewählter Druckdienstleister und Rechenzentren		
		8.6.1	AOV IT.Services GmbH		
		8.6.2	arvato AG		
		8.6.3	Drescher Print Solutions GmbH		
		8.6.4	GISA GmbH		
		8.6.5	Itella Information GmbH		
		8.6.6	RatioData IT-Lösungen & Services GmbH		
		8.6.7	RICOH DEUTSCHLAND GmbH		
		8.6.8	prilos AG		
		8.6.9	ProfiForms Projekt GmbH		
		8.6.10	rku.it GmbH		
		8.6.11	Swiss Post Solutions GmbH		
		8.6.12	Weitere		
		8.7	Profile ausgewählter Unternehmen im (elektronischen) Versand		
		8.7.1	Adacom Systems GmbH		
		8.7.2	AuthentiDate International AG		
		8.7.3	B&L Management Consulting GmbH		
		8.7.4	b4 value.net GmbH		
		8.7.5	Deutsche Post AG		
		8.7.6	Global Digital Post GmbH		
		8.7.7	kühn & weyh Software GmbH		
		8.7.8	SAP Deutschland AG & Co. KG		
		8.7.9	SEEBURGER AG		
		8.7.10	SGH Service Aktiengesellschaft		
		8.7.11	Tieto Deutschland GmbH		
		8.7.12	TNT Post Deutschland B.V. & Co. KG		
		8.7.13	Weitere		
		9	<b>Trends, Chancen und Risiken</b>		
		9.1	Trends bei Druck, Verpostung und Versand in der Abrechnung		
		9.1.1	Anwendentrends		
		9.1.2	Markttrends		
		9.1.3	Strategietrends		
		9.1.4	Technologietrends		
		9.1.5	Wettbewerbstrends		
		9.2	Chancen und Risiken bei Druck, Verpostung und Versand in der Abrechnung		
		9.2.1	Chancen und Risiken für Energielieferanten		
		9.2.2	Chancen und Risiken für Netzbetreiber		
		9.2.3	Chancen und Risiken für Druck-/Kuvertierdienstleister		
		9.2.4	Chancen und Risiken für Versanddienstleister		
		9.2.5	Chancen und Risiken für spezialisierte IT-Dienstleister/elektronische Versanddienstleister		
		10	<b>Strategien</b>		
		10.1	Grundverständnis Strategiebegriff		
		10.2	Ausgewählte Strategieoptionen für Energielieferanten/Netzbetreiber		
		10.2.1	Sourcing-Strategien		
		10.2.1.1	Kooperation		
		10.2.1.2	Outsourcing		
		10.2.1.3	Selbsterstellung		
		10.2.2	Markt-/Produktstrategien		
		10.2.2.1	Benchmarking/Preisstrategien		
		10.2.2.2	Eigenes Angebot zur Kapazitätsauslastung		
		10.2.2.3	Innovationsstrategie		
		10.2.2.4	Qualitätsstrategie		
		10.2.3	Strategiebewertung		
		10.3	Ausgewählte Strategieoptionen für Dienstleister		
		10.3.1	Innovationsstrategie		
		10.3.2	Kooperationsstrategie		
		10.3.3	Nischenstrategie (bspw. regionale Angebote)		
		10.3.4	Preisführerschaft		
		10.3.5	Qualitätsführerschaft		
		10.3.6	Strategiebewertung		
		10.4	Zusammenfassung		
		11	<b>Ausblick</b>		
		11.1	Einleitung		
		11.2	Entwicklungen in der Energiewirtschaft nach 2025		
		11.3	Entwicklungen in Prozessstandardisierung und -automatisierung (bspw. durch Smart Metering) nach 2025		
		11.4	Entwicklungen in Druck, Verpostung, Versand nach 2025		
		11.4.1	Rechnungsinhalte und -volumen		
		11.4.2	Umsetzung elektronischer Versand vs. Papierversand		
		11.4.3	Technologieeinsatz		
		12	<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</b>		
		12.1	Abbildungsverzeichnis		
		12.2	Tabellenverzeichnis		

Die Studie wird ca. 600 Seiten umfassen. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern. Inhaltliche Vorschläge können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes 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. 15-0431-2)  
»Druck, Verpostung und Versand (2. Auflage)«

- als Printversion zum Preis von ..... EUR 4.900,00  
und ..... zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)
- als PDF-Version
- mit einer Single-User-Lizenz zum Preis von ..... EUR 4.900,00
- mit einer Multi-User-Lizenz zum Preis von ..... EUR 9.800,00
- mit einer Corporate-Lizenz zum Preis von ..... EUR 19.600,00

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.
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **Shared Service** zu.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden.

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

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 »Druck, Verpostung und Versand (2. Auflage)« kostet je nach Wahl als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 4.900,00. 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 4.900,00.

Das **Multi-User-Paket** (bis zu 10 personalisierte, passwortgeschützte CD-Roms mit geschütztem PDF) kostet EUR 9.800,00.

Die **Corporate License** (CD-Rom mit freigegebenem PDF) kostet EUR 19.600,00.

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 **März 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 Abrechnungs-IT (2. Aufl.)**  
Geplant, ca. 900 Seiten, EUR 4.700,00
- Smart Metering (4. Auflage)**  
August 2012, 893 Seiten, EUR 4.900,00
- Der Markt für Call-Center-Leistungen (5. Auflage)**  
September 2011, 1.090 Seiten, EUR 4.300,00
- Smart Metering in Europa**  
Oktober 2011, 1.171 Seiten, EUR 7.100,00
- Kennzahlen in Messstellenbetrieb und Abrechnung (Energieförderung und Netznutzung)**  
Mai 2011, 1.335 Seiten, EUR 4.900,00
- Wettbewerb im Billing**  
April 2011, 1.192 Seiten, EUR 4.400,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter [www.trendresearch.de](http://www.trendresearch.de) abrufen.

© trend:research, 2012