



Auswirkungen der Kosten-Nutzen-Analyse Smart Metering auf EVU und Dienstleister

Geänderte Rahmenbedingungen, Produkt-/Dienstleistungspotenziale, Wettbewerb

- Rahmenbedingungen im Smart Metering
- Technologien
- Produkt-/Dienstleistungsspektrum
- Kosten-Nutzen-Analyse Smart Metering
- Markt und Marktentwicklung bis 2030

- Wettbewerbsentwicklung und Wettbewerber
- Profile ausgewählter Wettbewerber im Smart Metering
- Trends, Chancen und Risiken
- Strategien für Marktakteure

Die Ergebnisse der Kosten-Nutzen-Analyse (KNA) für einen flächendeckenden Einsatz intelligenter Zähler wurden aktuell im Rahmen von Sondersitzungen der AG Intelligente Netze und Zähler zur KNA im BMWi mit Verbänden und Marktteilnehmern aus der Energiewirtschaft diskutiert. Ziel dieser Sitzungen war die Klärung offener Fragen, insbesondere in Bezug auf die Umsetzung und die Finanzierung eines flächendeckenden Einsatzes intelligenter Zähler bzw. Messsysteme.

Die Ergebnisse der KNA und der anschließenden Sondersitzungen im BMWi beeinflussen maßgeblich die weitere Entwicklung des Smart-Metering-Einsatzes in Deutschland.

Insgesamt werden – nach Ansicht der Befragungsteilnehmer zur trend:research Potenzialstudie „Smart Metering (4. Auflage)“ aus dem Jahr 2012 – steigende Systemkosten, in Abhängigkeit von der Stückzahl, erwartet. Insbesondere bei den Zählern werden steigende Kosten prognostiziert. Dagegen erwarten 60 Prozent eine konstante Entwicklung der Installationskosten (vgl. Abbildung links).

Somit sind die Energieversorger und Anbieter gefordert, entsprechende Angebote für die Endverbraucher auszuarbeiten, sodass die Ziele der Smart-Metering-Umsetzung erreicht werden können.

Es kann zudem davon ausgegangen werden, dass im Rahmen des zunehmenden (verpflichtenden) Einsatzes von Smart Metering auch das Produkt- und

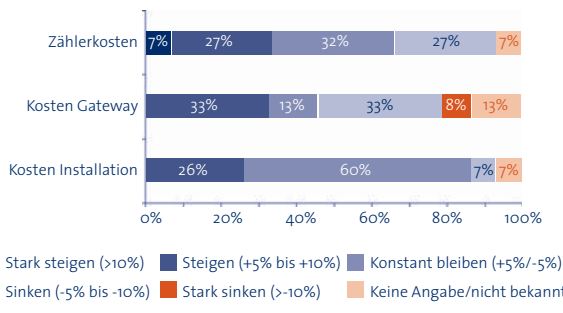
Dienstleistungsportfolio der EVU und Dienstleister erweitert wird. Hierfür ist es wichtig, die Bedürfnisse der Kunden zu kennen, um die richtigen Leistungen anbieten zu können.

Im Rahmen der aktuellen Studie werden wesentliche aktuelle Rahmenbedingungen und Diskussionen, im Zusammenhang mit Smart Metering bzw. der KNA, Technologien für den Smart-Metering-Einsatz in Deutschland sowie ein vergleichender Überblick der konventionellen Prozesse der Abrechnungserstellung und der Prozesse mit Smart-Metering-Einsatz gegeben. Die Studie liefert alle erforderlichen Informationen für die Marktteilnehmer, um sich rechtzeitig und erfolgreich im Markt zu positionieren. So gibt die Studie u. a. Antworten auf die folgenden Fragestellungen:

- Welche aktuellen Rahmenbedingungen beeinflussen den Markt für Smart Metering?
- Welche Technologien werden derzeit im Zusammenhang mit Smart Metering eingesetzt?
- Welche (neuen) Produkte/Dienstleistungen können im Markt angeboten werden und wie gestaltet sich die Nachfrage?
- Wie hoch das das aktuelle Marktvolumen für Produkte und Dienstleistungen im Smart Metering und wie wird es sich entwickeln?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich für die Marktakteure?

www.trendresearch.de

Wie werden sich die Systemkosten – in Abhängigkeit von der Stückzahl – entwickeln? (Energieversorger; n=15)



Quelle: trend:research-Potenzialstudie: „Smart Metering (4. Auflage)“, 2012

Auswirkungen der Kosten-Nutzen-Analyse Smart Meter

Geplanter Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen und aktuellen Diskussionen mit Einfluss auf den Markt für Smart Metering zeigt die Studie wesentliche Technologien sowie Produkte und Dienstleistungen im Zusammenhang mit Smart Metering auf. Die Analyse der Marktentwicklung bis 2030 erfolgt sowohl quantitativ als auch qualitativ und basiert auf umfangreichem Desk Research sowie Expertengesprächen. Auf dieser Basis werden die Wettbewerbsstruktur und -entwicklung abgeleitet sowie die Trends, Chancen und Risiken für die Marktakteure aufgezeigt. Hierdurch wird es dem Leser ermöglicht, die eigene Positionierung im Markt zu überprüfen und ggf. anzupassen bzw. neue Strategien zu entwickeln.

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:

- Energieversorger (Vertriebe, Netzgesellschaften)
- Messstellenbetreiber
- Technologie-/Gerätehersteller
- Weitere Experten (Institutionen, Verbände etc.)

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern (Lieferanten und Netzgesellschaften) sowie Technologie-/Geräteanbietern bzw. -herstellern und weiteren Marktakteuren/Dienstleistern zukünftige Potenziale im Bereich Smart Metering einzuschätzen und die eigene Strategie/Marktpositionierung vor diesem Hintergrund zu überprüfen und auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie für Leiter der Bereiche Produktentwicklung, Vertrieb und Marketing. Neuen Marktteilnehmer hilft die Studie, fundierte Entscheidungen zum Markteintritt oder zur vertrieblichen Ausrichtung vorzubereiten.

1	Summaries	4.2.1	Allgemeine Auswirkungen durch verstärkten Smart-Metering-Einsatz
1.1	Executive Summary	4.2.2	Auswirkungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen (insb. EnWG-Novelle, Schutzprofil)
1.2	Management Summary	4.2.2.1	... auf Energieversorger/Netzbetreiber
2	Allgemeine Grundlagen	4.2.2.2	... auf Messstellenbetreiber/Messdienstleister
2.1	Einleitung	4.2.2.3	... auf Hersteller/Technologieanbieter
2.2	Zielsetzung und Nutzen	4.3	Kosten-Nutzen-Analyse
2.3	Methodik und Studiendesign	4.3.1	Umsetzung
2.4	Begriffsdefinitionen	4.3.2	Investitionen und Kosten
2.4.1	Abrechnung (Billing)	4.3.2.1	Zähler/Messsysteme/Gateways
2.4.2	Advanced Metering Infrastructure (AMI)	4.3.2.2	IT-Systeme
2.4.3	Automated Meter Management (AMM)	4.3.2.3	Kommunikationstechnologien
2.4.4	Automatic Meter Reading (AMR)/Zählerfernauslesung (ZFA)	4.3.2.4	Displays
2.4.5	BSI/Schutzprofil	4.3.2.5	Weitere
2.4.6	Datensammler/Multi Utility Communication platform (MUC)	4.3.3	Finanzierung
2.4.7	Internet Billing	4.3.4	Exkurs: Kosten-Nutzen-Analyse in anderen Ländern
2.4.8	Lastgang	4.3.4.1	Großbritannien
2.4.9	Mehrspartenfähigkeit/Multi Utility	4.3.4.2	Niederlande
2.4.10	Messdienstleistungen	4.3.4.3	Österreich
2.4.11	Messstellenbetrieb	4.3.4.4	Weitere
2.4.12	Meter Data Management (MDM)	4.4	Zusammenfassung
2.4.13	Smart Home	5	Technologien im Smart Metering
2.4.14	Smart Grids	5.1	Zähler/Messsysteme
2.4.15	Smart Metering	5.2	Displays
2.4.16	Standardisierung	5.3	Weitere Systemkomponenten (Hardware)
2.4.17	Registrierende Leistungsmessung (RLM)	5.3.1	Gateway (Datensammler/-konzentratoren)
2.4.18	Standardlastprofil (SLP)	5.3.2	ICs-Speicher
2.4.19	Value-Added-Dienstleistungen	5.3.3	M-Bus-Konverter
2.4.20	Weitere	5.3.4	Microcontroller/MCU
3	Rahmenbedingungen	5.3.5	Modem
3.1	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	5.3.6	MUC-Controller
3.1.1	Strommarkt	5.4	IT-Systeme
3.1.2	Gasmarkt	5.4.1	Anpassung
3.2	Energiepolitische Zielsetzungen für den Einsatz von Smart Metering	5.4.1.1	Billing Systeme
3.3	Rechtliche Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	5.4.1.2	CRM
3.3.1	Europäische Gesetze und Richtlinien	5.4.1.3	EDM
3.3.1.1	3. EU-Binnenmarktpaket	5.4.1.4	Webportal
3.3.1.2	Europäische Messgeräte Richtlinie (MID)	5.4.1.5	Workforce Management Systeme
3.3.1.3	Richtlinie 2012/27/EU über Energieeffizienz	5.4.1.6	Weitere
3.3.1.4	Richtlinie 2010/31/EU zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden	5.4.2	Neu einzuführende IT-Systeme
3.3.1.5	Richtlinie 2006/123/EG über Dienstleistungen im Binnenmarkt	5.4.2.1	Head End Systeme (HES)
3.3.2	Nationale Gesetze, Richtlinien und Regelungen	5.4.2.2	Meter Data Management Systeme (MDM)
3.3.2.1	Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)	5.4.2.3	Meter Management Systeme (MMS)
3.3.2.2	Eichgesetz/Eichordnung (EichG/EO)	5.4.2.4	Weitere
3.3.2.3	Energieeinsparungsgesetz/Energieeinsparverordnung (EnEG/EnEV)	5.5	Kommunikations-/Übertragungstechnologien
3.3.2.4	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) (inkl. Novelle)	5.5.1	Drahtgebunden
3.3.2.5	Erneuerbare Energien Gesetz (EEG)	5.5.2	Drahtlos
3.3.2.6	Grundversorgungsverordnung (GVV)	5.5.3	Stromnetz
3.3.2.7	Messzugangsverordnung (MessZV)	5.5.4	Kommunikationsnetze/-schnittstellen
3.3.2.8	Netzentgeltverordnung (NEV)	5.5.5	In-House-Kommunikation zwischen Zähler und Metering Gateway
3.3.2.9	Netzzugangsverordnung (NZV)	6	Markttrollen und Prozesse im Smart Metering
3.3.2.10	Telekommunikationsgesetz (TKG)	6.1	Auswirkungen der KNA/Smart Metering auf (neue) Markttrollen der Akteure
3.3.2.11	VDE-AR-N 4400:2011-09 Messwesen Strom (Metering Code)	6.1.1	Lieferanten/Vertriebe
3.3.3	Aktuelle Diskussionen mit Einfluss auf Smart Metering	6.1.2	Messstellenbetreiber
3.3.3.1	Anpassung Messzugangsverordnung (MessZV) bzw. Verabschiedung weiterer Rechtsverordnungen	6.1.3	Smart-Meter-Gateway-Administrator
3.3.3.2	Messsystemverordnung (MSysV)	6.1.4	Verteilnetzbetreiber
3.3.3.3	Orientierungshilfe datenschutzgerechtes Smart Metering	6.1.5	Weitere Marktakteure
3.3.3.4	Schutzprofile	6.2	Prozesse im konventionellen Metering und Optimierungen durch Smart Metering
3.3.3.5	Standardisierung	6.2.1	Messstellenbetrieb (Zählerwesen)
3.3.3.6	Technische Richtlinien BSI TR-03109	6.2.1.1	Ablauf der Teilprozesse im Messstellenbetrieb
3.3.4	Aufgaben der BNetzA	6.2.1.2	Auswirkungen von Smart Metering auf Prozessebene
4	Status quo und Einfluss der Neuregelungen auf den Smart-Metering-Einsatz	6.2.2	Messdienstleistungen (Aus-/Ablesung)
4.1	Einsatz von Smart Metering	6.2.2.1	Ablauf der Teilprozesse in der Messdienstleistung
4.1.1	Aktueller Einsatz	6.2.2.2	Auswirkungen von Smart Metering auf Prozessebene
4.1.2	Entwicklung des Smart-Metering-Einsatzes	6.2.3	Energiedatenmanagement
4.2	Einfluss EnWG-Novelle/Schutzprofil	6.2.3.1	Ablauf der Teilprozesse im Energiedatenmanagement
		6.2.3.1	Auswirkungen von Smart Metering auf Prozessebene
		6.2.4	Abrechnungsdurchführung
		6.2.4.1	Ablauf der Teilprozesse in der Abrechnungsdurchführung
		6.2.4.2	Auswirkungen von Smart Metering auf Prozessebene

ring auf EVU und Dienstleister

6.2.5	Druck/Verpostung/Versand	7.2.2.14	Internet-Billing	9.3.10	Weitere
6.2.5.1	Ablauf der Teilprozesse im Bereich Druck/Verpostung/Versand	7.2.2.15	Mess- und Verbrauchswertplausibilisierung	9.4	Ausgewählte Profile von Zähler-/Geräteherstellern
6.2.5.2	Auswirkungen von Smart Metering auf Prozessebene	7.2.2.16	Monitoring	9.4.1	Echelon GmbH (Deutschland)
6.2.6	Forderungsmanagement	7.2.2.17	Netzbetrieb und -management	9.4.2	Elster Group SE
6.2.6.1	Ablauf der Teilprozesse im Forderungsmanagement	7.2.2.18	Rohdatenmanagement und -archivierung	9.4.3	EMH metering GmbH & Co. KG
6.2.6.2	Auswirkungen von Smart Metering auf Prozessebene	7.2.2.19	Services/Schulung	9.4.4	enexoma AG
6.2.7	Kundenservice	7.2.2.20	Spartenübergreifendes Datenmanagement	9.4.5	GÖRLITZ Aktiengesellschaft
6.2.7.1	Ablauf der Teilprozesse im Kundenservice	7.2.2.21	Tarifierung	9.4.6	Hager Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG
6.2.7.2	Auswirkungen von Smart Metering auf Prozessebene	7.2.2.22	Zähler(daten)management	9.4.7	Itron Holding Germany GmbH
6.3	Zusammenfassung	7.2.2.23	Zählerfernauslesung (ZFA)	9.4.8	Kamstrup A/S
7	Produkt- und Dienstleistungsspektrum im Smart Metering	7.2.2.24	Zählerprogrammierung/-parametrierung	9.4.9	Landis+Gyr GmbH
7.1	Produkte	7.2.2.25	Weitere	9.4.10	Weitere
7.1.1	Status quo Produktangebot	7.3	Anforderungen und Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen im Smart Metering	10	Trends, Chancen und Risiken
7.1.1.1	Angebote von Energielieferanten/Vertrieben	7.3.1	Anforderungen an intelligente Messsysteme und intelligente Zähler	10.1	Trends
7.1.1.2	Angebote von (Technologie-)Herstellern	7.3.2	Datenschutzanforderungen an Smart Metering	10.1.1	Markttrends
7.1.1.3	Angebote von Messstellenbetreibern und Messdienstleistern	7.3.3	Anforderungen an Displays	10.1.2	Strategietrends
7.1.2	Ausgewählte Produktangebote	7.3.4	Akzeptanz/Nachfrage von/nach Smart-Metering-Produkten/-Dienstleistungen	10.1.3	Technologietrends
7.1.2.1	Energiespeicher/Elektromobilität	7.3.4.1	Bekanntheit von Smart-Metering-Produkten/-Dienstleistungen	10.1.4	Wettbewerbstrends
7.1.2.2	Internetportale	7.3.4.2	Image von Smart-Metering-Produkten/-Dienstleistungen	10.2	Chancen und Risiken
7.1.2.3	IT-Systeme	7.3.4.3	Kundenzufriedenheit	10.2.1	... für Dienstleister im Bereich Smart Metering
7.1.2.4	Kommunikationstechnologien	7.4	Zusammenfassung	10.2.2	... für Energieversorger/Netzbetreiber
7.1.2.5	Messsysteme/Zähler	8	Der Markt für Produkte und Dienstleistungen im Smart Metering	10.2.3	... für Hersteller und Technologieanbieter
7.1.2.6	Displays	8.1	Einleitung	10.2.4	... für Messstellenbetreiber/Messdienstleister
7.1.2.7	Smart-Home-Produkte/-Funktionen	8.2	Methodik und Ziele	11	Strategien und Handlungsoptionen
7.1.2.7.1	Beleuchtungs- und Beschattungstechnik	8.2.1	Vorgehensweise	11.1	Strategiedefinition
7.1.2.7.2	Bewegungsmelder	8.2.2	Vorstellung der Szenarioanalyse	11.2	Strategische und operative Erfolgsfaktoren
7.1.2.7.3	Brand- und Rauchmelder sowie Löscheinrichtungen; Rauch- und Wärmeabzugsanlagen	8.3	Übersicht über die Szenarien	11.3	Ausgewählte Strategieoptionen für Energieversorger
7.1.2.7.4	Einbruch- und Überfallmeldesysteme (inkl. Alarmanlagen)	8.3.1	Degressives Szenario	11.3.1	Ausgewählte Kompetenzstrategien
7.1.2.7.5	Gesundheit/ALL	8.3.2	Referenzszenario	11.3.1.1	Interne Erstellung
7.1.2.7.6	Haushaltsgeräte	8.3.3	Progressives Szenario	11.3.1.2	Fremdvergabe
7.1.2.7.7	Heizung, Lüftung und Klimatisierung	8.4	Basisprämissen und szenariospezifische Prämissen	11.3.1.3	Kooperation mit Energieversorgern/Dienstleistern
7.1.2.7.8	IT-Infrastruktur/Datenübertragungs-/Netzwerktechnik Störmeldetechnik	8.4.1	Grundannahmen für alle Szenarien	11.3.1.4	Eigenes Leistungsangebot
7.1.2.7.9	Multimediainfrastruktur/IKT	8.4.1.1	Allgemeine Grundannahmen	11.3.2	Migrations- und Rolloutstrategien
7.1.2.7.10	Sicherheitstechnik	8.4.1.2	Energetische Grundannahmen	11.3.2.1	Innovationsorientierung
7.1.2.7.11	Software Hausautomation/Applikationen	8.4.1.3	Weitere	11.3.2.2	Wirtschaftlichkeitsorientierung
7.1.2.7.12	Störungs- und Managementsysteme	8.4.2	Szenariospezifische Prämissen	11.3.3	Marktauftritts- und Marktdurchdringungsstrategien
7.1.2.7.13	Technologien zur Verbrauchsmessung/-visualisierung	8.4.2.1	Energetische und -rechtliche Prämissen	11.3.3.1	Erschließung von „Value-Added“-Dienstleistungen
7.1.2.7.14	Türsperchanlagen, Tür- und Videoüberwachung	8.4.2.2	Technologische und systemspezifische Prämissen	11.3.3.2	Kundenorientierung
7.1.2.7.15	Wind-/Windrichtungen-/Regensensoren	8.4.2.3	Entwicklung des Einsatzes von Smart Metering	11.3.3.3	Preisorientierung
7.1.2.7.16	Unterhaltungselektronik	8.4.2.4	Kundenwechselquote	11.3.3.4	Produktorientierung
7.1.2.7.17	Zutrittskontrolle	8.4.2.5	Entwicklung des Preis- und Kostendrucks	11.4	Ausgewählte Strategieoptionen für Dienstleister und Hersteller im Smart Metering
7.1.2.7.18	Weitere	8.4.2.6	Dynamik in der Energiewirtschaft	11.4.1	Aufbau neuer Geschäftsfelder
7.1.2.8	Software	8.4.2.7	Weitere	11.4.2	Full-Service-Angebot
7.1.2.9	Systemkomponenten (Hardware)	8.5	Markt und Marktentwicklung bis 2030	11.4.3	Geografische Positionierung
7.1.2.10	Tarife (insb. lastvariable, tageszeitabhängige und dynamische Tarife)	8.5.1	Markttreiber und Markthemmnisse	11.4.4	Innovationsorientierung
7.1.2.11	Weitere	8.5.2	Der Markt für Produkte und Dienstleistungen im Smart Metering im Basisjahr 2012	11.4.5	Kooperation
7.2	Dienstleistungsspektrum nach der KNA	8.5.2.1	...nach Produkten	11.4.6	Kostenführerschaft
7.2.1	Status quo Dienstleistungsangebot	8.5.2.2	...nach Dienstleistungen	11.4.7	Kundensegmentierung
7.2.2	Ausgewählte Dienstleistungen und Auswirkungen der KNA	8.5.3	Szenariospezifische Marktentwicklung bis 2030	11.4.8	Produkt-/Dienstleistungsauswahl
7.2.2.1	Ableitung	8.5.3.1	...nach Produkten	11.4.9	Produktorientierung
7.2.2.2	Abrechnung	8.5.3.2	...nach Dienstleistungen	11.4.10	Prozess- und Leistungsstandardisierung
7.2.2.3	Beratung	8.6	Zusammenfassung	11.4.11	Qualitätsführerschaft
7.2.2.3.1	Beratung zum Technologieeinsatz	9	Wettbewerb	11.4.12	Spartenübergreifender Einsatz/Einbindung Submetering
7.2.2.3.2	IT-Beratung	9.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	11.4.13	Technologiemigration aus dem Ausland
7.2.2.3.3	Organisationsberatung	9.1.1	Wettbewerb im Strommarkt	12	Ausblick
7.2.2.3.4	Prozessmanagementberatung	9.1.2	Wettbewerb im Gasmarkt	12.1	Einleitung
7.2.2.3.5	Rolloutmanagementberatung	9.2	Bekanntheit und Image von Anbietern im Smart Metering	12.2	Entwicklung der Energiewirtschaft nach 2030
7.2.2.3.6	Strategieberatung	9.3	Ausgewählte Profile von Messstellenbetreibern und Dienstleistern im Smart Metering	12.3	Entwicklung im Smart Metering nach 2030
7.2.2.3.7	Vertriebsberatung	9.3.1	COUNT+CARE GmbH	12.3.1	Technologieeinsatz
7.2.2.4	Datenvisualisierung	9.3.2	regiocom GmbH	12.3.2	Spartenübergreifender Einsatz/Einbindung Submetering
7.2.2.5	Demand Side Management	9.3.3	smartOPTIMO GmbH & Co. KG	12.3.3	Tarife, Produkte und Dienstleistungen im Smart Metering
7.2.2.6	Echtzeitvisualisierung	9.3.4	Solvuvia Metering GmbH	12.3.4	Auswirkungen von Smart Metering auf Smart Grids/Smart Home
7.2.2.7	Einspeisemanagement	9.3.5	swb Messung und Abrechnung GmbH		
7.2.2.8	Energiedatenaufbereitung und -management	9.3.6	T-Systems International GmbH		
7.2.2.9	Energiemessung und -steuerung	9.3.7	Thüga MeteringService GmbH		
7.2.2.10	Gebäudeautomation und -steuerung	9.3.8	umetriq Metering Services GmbH		
7.2.2.11	Lastmanagement	9.3.9	VOLTARIS GmbH		
7.2.2.12	Lastprofile und Leistungsmessung				
7.2.2.13	Leerstandsmanagement				

Die Studie wird ca. 800 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. 16-0475)

»Auswirkungen der Kosten-Nutzen-Analyse Smart Metering auf EVU und Dienstleister«

- als Printversion zum Preis von EUR 4.900,00
- 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
- und _____ zusätzliche Printkopien (je EUR 400,00)

personalisiert auf* _____

- Als Besteller der Studie sind wir an der Teilnahme an einem Kick-Off-Workshop (siehe rechts) interessiert. (Bitte beachten Sie, dass nur Anmeldungen vor Ablauf des Subskriptionsrabatts berücksichtigt werden können)..... [Für Studienbesteller kostenfrei]
- Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnisworkshops (siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2014** 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- und Marktforschungsstudien werden von trend:research aktuell und exklusiv erarbeitet. Umfangreiche eigene (Primär-)Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten, aufbereitet mit eigener Methodik, führen zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die Schwerpunkte 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.

Kick-Off-Workshop

Im telefonischen Kick-Off-Workshop werden Methodik und Ziele der Studie vorgestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit dem teilnehmenden Unternehmen diskutiert. Der Ergebnisworkshop ermöglicht darüber hinaus durch gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen.

Ergebnisworkshop

Im Ergebnisworkshop werden die Kernergebnisse der Studie vorgestellt und diskutiert. Eine inhaltliche Fokussierung der Vorstellung für das teilnehmende Unternehmen ist möglich. Der Ergebnisworkshop ermöglicht darüber hinaus durch gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen.

Konditionen

Die Potenzialstudie »Auswirkungen der Kosten-Nutzen-Analyse Smart Metering auf EVU und Dienstleister« kostet je nach Wahl als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 4.900,00. Die **Single-User-Lizenz** (personalisierte, passwortgeschützte CD-Rom mit geschütztem PDF) kostet EUR 4.900,00. Die **Multi-User-Lizenz** (bis zu 10 personalisierte, passwortgeschützte CD-Roms mit geschütztem PDF) kostet EUR 9.800,00. Die **Corporate-Lizenz** (CD-Rom mit freigegebenem PDF) kostet EUR 19.600,00. Zusätzliche Printkopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,00 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.

Weitere Studien

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

- Integration dezentraler Anlagen in die allgemeine Stromversorgung**
November 2013, ca. 600 Seiten, EUR 4.900,00
- Smart Home 2.0: Hausautomation und die Energiewirtschaft (2. Auflage)**
August 2013, ca. 800 Seiten, EUR 4.900,00
- Outsourcing und Wettbewerb im Billing**
Juni 2013, 1.221 Seiten, EUR 4.900,00
- Zahlungsverkehr und Forderungsmanagement in der Energiewirtschaft (4. Auflage)**
April 2013, 832 Seiten, EUR 4.700,00

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

© trend:research, 2014

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

- Bremen
- Bremerhaven
- Köln
- Stuttgart