



# Online-Monitoring in der Ver- und Entsorgungswirtschaft

## Anwendung und Nachfrage, Ranking der Produkte und Dienstleistungen, Marktentwicklung

- Nachfrage: Bedarfe, Anforderungen, Outsourcing
- Anbieter: Software und Dienstleistungen, Leistungen, Preise
- Ranking von Online-Monitoring-Software und -Dienstleistungen
- Technische Innovationen und Anwendungsbeispiele von Online-Monitoring
- Marktpotenziale und -entwicklung
- Wettbewerbsanalyse
- Strategien und Praxis-Tipps

Das Web 2.0 bietet eine schier endlose Ansammlung von Informationen und Meinungen von Kunden - und das quasi kostenlos und in Echtzeit. Ob ein Unternehmen sein Image analysieren möchte, einen Markteintritt oder einen Produkt-Launch plant - Online-Monitoring hilft, diese Informationsflut zur Positionierung und Entscheidungsfindung zu sortieren, zu systematisieren und zu strukturieren. War diese Form der Datenerhebung lange Zeit Consumer Electronics oder Fast-Moving-Consumer-Goods vorenthalten, so gewinnt sie auch für Energieversorger, Netzbetreiber, Entsorger und andere Marktteilnehmer vor dem Hintergrund von Preisdiskussion, neuen Technologien, Nachhaltigkeits- und Erzeugungsstrategien an Bedeutung.

Unternehmen der Ver- und Entsorgungswirtschaft stehen z.B. vor der Entscheidung, ob sie Online-Monitoring selbst mithilfe kostenloser oder -pflichtiger Software durchführen oder ob sie das Online-Monitoring an einen externen Dienstleister vergeben sollen. Es ist oftmals auch nicht klar, welchen Mehrwert Online-Monitoring-Dienstleistungen gegenüber einer eigenen Recherche mit beispielsweise Google-News und RSS-Feeds bieten.

Diese Studie untersucht diese und weitere Fragestellungen sowie die Bedeutung des Online-Monitoring für die Ver- und Entsorgungswirtschaft und soll einen Überblick darüber schaffen, wie die verschiedenen Marktteilnehmer Online-Monitoring einsetzen können.

Die Studie liefert unter anderem ein fundiertes Ranking, das eine Entscheidungshilfe für die Auswahl von Online-Monitoring-Software und -Dienstleistungen darstellt.

Gleichzeitig wird untersucht, welche Anbieter Online-Monitoring-Software und -Dienstleistungen in welcher Qualität anbieten und wie die einzelnen Leistungen strukturiert und aufgebaut sind. Auf der Basis von ausführlichem Desk Research und einer umfangreichen Befragung von Anbietern, Nachfragern und weiteren Experten stellt die Studie „Online-Monitoring in der Ver- und Entsorgungswirtschaft“ eine wertvolle Entscheidungsgrundlage dar. Die Studie liefert unter anderem Antworten auf folgende Fragestellungen:

### Nachfrager, Kunden von Online-Monitoring-Software und -Dienstleistungen

- Welche Ergebnisse lassen sich mit Online-Monitoring erzielen, welcher Nutzen entsteht für das Unternehmen?
- Welche Vor- und Nachteile ergeben sich bei der Eigenlösung, welche bei der Fremdvergabe?
- Welche Investitionen lohnen sich?

### Anbieter von Online-Monitoring-Software und -Dienstleistungen

- Welche Gründe sprechen für und gegen einen Markteintritt in die Ver- und Entsorgungswirtschaft?
- Welche Nachfrage besteht in der Branche?
- Welche Angebote passen am besten zu den Kunden?
- Wer sind geeignete Partner?



Vereinbarung eines Startworkshops möglich. Nähere Informationen siehe Rückseite.

# Online-Monitoring in der Ver- und Entsorgungswirtschaft

## Geplanter Inhalt der Studie

|          |  |          |  |
|----------|--|----------|--|
| <b>1</b> | <b>Management Summary</b>  | 4.2.2.6  | Akzeptanz bei den Zielkunden-<br>gruppen   |
| <b>2</b> | <b>Allgemeine Grundlagen</b>   | 4.2.2.7  | Preise   |
| 2.1      | Ausgangssituation der Studie   | 4.2.2.8  | Weitere  |
| 2.2      | Ziele und Nutzen der Studie  | 4.2.3    | Bestimmung der Umsetzungs-<br>wahrscheinlichkeiten/ Ranking  |
| 2.3      | Einleitung und Aufbau der Studie   | 4.3      | Übersicht von Online-Monitoring-<br>Dienstleistungen (inkl. SWOT-Betrachtung)  |
| 2.4      | Methodik und Studiendesign   | 4.3.1    | nach Zielkundengruppen   |
| 2.5      | Begriffsdefinitionen   | 4.3.2    | nach Leistungsbestandteilen  |
| 2.5.1    | Online-Monitoring-Software   | 4.3.3    | nach Preisen   |
| 2.5.2    | Online-Monitoring-Dienstleistungen   | 4.4      | Ranking Potenzialindex Online-<br>Monitoring-Dienstleistungen<br>(POMD): Analyse/ Bewertung des<br>Angebots von Dienstleistungen |
| 2.5.3    | Weitere  | 4.4.1    | Methodik   |
| 2.6      | Überblick über bestehende Studien  | 4.4.2    | Bewertungskriterien und -skalen  |
| <b>3</b> | <b>Rahmenbedingungen</b>   | 4.4.2.1  | Dienstleistungsstatus  |
| 3.1      | Allgemeine Rahmenbedingungen   | 4.4.2.2  | Anbieter des Online-Monitoring-<br>Dienstleistungen  |
| 3.1.1    | Wirtschaftswachstum  | 4.4.2.3  | Entwicklungsstand  |
| 3.1.2    | Entwicklung der Haushaltsnetto-<br>einkommen   | 4.4.2.4  | Marktaussichten: Marktreife,<br>Wirtschaftlichkeit   |
| 3.1.3    | Milieu-Entwicklung   | 4.4.2.5  | Abgedeckte Bereiche  |
| 3.1.4    | Internetnutzung in Deutschland   | 4.4.2.6  | Akzeptanz bei den Zielkunden-<br>gruppen   |
| 3.1.5    | Weitere  | 4.4.2.7  | Preise   |
| 3.2      | Rechtliche Rahmenbedingungen   | 4.4.2.8  | Weitere  |
| 3.2.1    | Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)  | 4.4.3    | Bestimmung der Umsetzungs-<br>wahrscheinlichkeiten/ Ranking  |
| 3.2.2    | Erneuerbare Energien-Gesetz<br>(EEG)   | <b>5</b> | <b>Nachfrage: Bedarfe, Anforder-<br/>ungen, Outsourcing</b>  |
| 3.2.3    | Ökosteuern/Energiesteuergesetz   | 5.1      | Ausgangssituation: Marktsitua-<br>tion und Kundenstruktur in den<br>Zielkundengruppen  |
| 3.2.4    | Bundesdatenschutzgesetz  | 5.1.1    | EVU, Netzbetreiber   |
| 3.2.5    | Weitere  | 5.1.2    | Energiedienstleister   |
| 3.3      | Ver- und entsorgungswirtschaft-<br>liche Rahmenbedingungen   | 5.1.3    | Entsorger  |
| 3.3.1    | Übersicht über einzelne Märkte   | 5.1.4    | Weitere  |
| 3.3.2    | Regulierung und Wettbewerb in<br>der Ver- und Entsorgungswirt-<br>schaft   | 5.2      | Informationsbedarf   |
| 3.3.3    | Entwicklung der Erzeugungsstruk-<br>turen  | 5.2.1    | nach Unternehmensgröße   |
| 3.3.4    | Entwicklung der Stoffströme,<br>Entsorgungswege und -strukturen  | 5.2.2    | nach Zielkundengruppe  |
| 3.3.5    | Entwicklung des Energiever-<br>brauchs   | 5.2.2.1  | EVU, Netzbetreiber   |
| 3.3.6    | Entwicklung der Vertriebsstruktu-<br>ren   | 5.2.2.2  | Energiedienstleister   |
| 3.3.7    | Kundenstrukturen   | 5.2.2.3  | Entsorger  |
| 3.3.8    | Weitere  | 5.2.2.4  | Weitere  |
| <b>4</b> | <b>Angebot: Produkte, Leistungen,<br/>Preise, Ranking</b>  | 5.3      | Bedarf nach Leistungen   |
| 4.1      | Übersicht von Online-Monitoring<br>Software (inkl. SWOT-Betrach-<br>tung)  | 5.3.1    | nach Unternehmensgröße   |
| 4.1.1    | nach Zielkundengruppen   | 5.3.2    | nach Zielkundengruppe  |
| 4.1.2    | nach Leistungsbestandteilen  | 5.3.2.1  | EVU, Netzbetreiber   |
| 4.1.3    | nach Preisen   | 5.3.2.2  | Energiedienstleister   |
| 4.2      | Ranking Potenzialindex Online-<br>Monitoring-Software (POMS):<br>Analyse/ Bewertung des Angebots<br>von Software | 5.3.2.3  | Entsorger  |
| 4.2.1    | Methodik   | 5.3.2.4  | Weitere  |
| 4.2.2    | Bewertungskriterien und -skalen  | 5.3.3    | Bedarf an Online-Monitoring-Soft-<br>ware  |
| 4.2.2.1  | Software-Status  | 5.3.4    | Bedarf an Online-Monitoring-<br>Dienstleistungen   |
| 4.2.2.2  | Anbieter der Online-Monitoring-<br>Software  | 5.4      | Anforderungen  |
| 4.2.2.3  | Entwicklungsstand  | 5.4.1    | an Online-Monitoring-Software  |
| 4.2.2.4  | Marktaussichten: Marktreife,<br>Wirtschaftlichkeit   | 5.4.2    | an Online-Monitoring-Dienstleis-<br>tungen   |
| 4.2.2.5  | Abgedeckte Bereiche  | 5.5      | Bereitschaft zur Fremdvergabe  |
|          |  | 5.5.1    | nach Unternehmensgröße   |
|          |  | 5.5.2    | nach Zielkundengruppe  |
|          |  | 5.5.2.1  | EVU, Netzbetreiber   |
|          |  | 5.5.2.2  | Energiedienstleister   |
|          |  | 5.5.2.3  | Entsorger  |

## Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt zum einen Energieversorgern, Netzbetreibern und weiteren Teilnehmern in der Ver- und Entsorgungswirtschaft einen strukturierten Überblick über Online-Monitoring, zum anderen stellt sie den Anbietern von Online-Monitoring-Software und -Dienstleistungen die aktuelle Nachfrage in der Ver- und Entsorgungswirtschaft dar. Durch Verknüpfung einer detaillierten Betrachtung des Angebots auf der einen Seite und einer qualifizierten Erfassung der Nachfrage, der Anforderungen und der Bereitschaft zum Outsourcing auf der anderen Seite stellt diese Studie einen technologischen und vertrieblichen Wegweiser dar, mit dem das eigene Angebotsportfolio qualifiziert auf- und ausgebaut bzw. die eigene Nachfrage strukturiert gedeckt werden kann.

## Methodik

Die vorliegende Studie beantwortet die relevanten Fragen durch rund 100 Interviews und Analysen mit Experten aus der Ver- und Entsorgungswirtschaft, den Anbietern und den Nachfragern von Online-Monitoring:

- EVU
- Netzbetreiber
- Energiedienstleister
- Entsorger
- Anbieter von Online-Monitoring
- weitere Experten

Wichtigstes Instrument hierbei ist ein teilstandardisierter Frageleitfaden, mit dessen Hilfe quantitative (Umsätze, Entwicklungskosten, Marktvolumen etc.) und qualitative Aspekte (Stimmungen, Erfahrungen etc.) erfasst werden.

Zusätzlich setzt trend:research verschiedene Desk-Research-Methoden wie umfangreiche Intra- und Internet-Datenbank-Analysen in Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw. ein.

## An wen sich die Studie richtet

Die Studie richtet sich insbesondere an Geschäftsführer, Vorstände und an Abteilungsleiter der Unternehmensentwicklung, des Marketing und der Forschung und Entwicklung.

Im speziellen ist die Studie eine Hilfestellung bei der Bewertung der Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung sowie der eigenen Positionierung.

|           |   |           |  |           |   |
|-----------|---|-----------|--|-----------|---|
| 5.5.2.4   | Weitere   | 6.4.2.6.2 | Energiedienstleister   | 9.1.4     | Trends bei Online-Monitoring-Software                                   |
| <b>6</b>  | <b>Der Markt für Online-Monitoring in der Ver- und Entsorgungswirtschaft in Deutschland</b>               | 6.4.2.6.3 | Entsorger  | 9.1.5     | Trends bei Online-Monitoring-Dienstleistungen                           |
| 6.1       | Einleitung und Erläuterung zur Darstellung des Marktes für Online-Monitoring und der angewandten Methodik | 6.4.2.6.4 | Weitere  | 9.1.6     | Markttrends   |
| 6.2       | Grundannahmen und Prämissen   | 6.4.3     | Weitere Teilmärkte   | 9.1.7     | Wettbewerbstrends   |
| 6.2.1     | Annahmen für alle Szenarien   | 6.4.4     | Qualitative Marktentwicklung von Online-Monitoring                                 | 9.1.8     | Strategietrends   |
| 6.2.1.1   | Allgemeine Grundannahmen  | <b>7</b>  | <b>Wettbewerb</b>  | 9.1.9     | Auslandstrends  |
| 6.2.1.2   | Ausgewählte Grundannahmen: Online-Monitoring-Software   | 7.1       | Wettbewerbsentwicklung in der Ver- und Entsorgungswirtschaft                       | 9.1.10    | Weitere Trends im Online-Monitoring                                     |
| 6.2.1.3   | Ausgewählte Grundannahmen: Online-Monitoring-Dienstleistung   | 7.2       | Wettbewerb bei Online-Monitoring   | 9.2       | Chancen und Risiken   |
| 6.2.2     | Exogene und endogene Schocks/ Impacts im Bereich Online-Monitoring  | 7.3       | Wettbewerb um Zielkundengruppen  | 9.2.1     | Chancen und Risiken für Anbieter von Online-Monitoring-Software         |
| 6.2.3     | Überblick über szenariospezifische Annahmen   | 7.4       | Alleinstellungsmerkmale  | 9.2.2     | Chancen und Risiken für Anbieter von Online-Monitoring-Dienstleistungen |
| 6.2.3.1   | Gesamtwirtschaft  | 7.5       | Bekanntheit und Image  | 9.2.3     | Chancen und Risiken für EVU/ Netzbetreiber                              |
| 6.2.3.2   | Ver- und Entsorgungswirtschaft allgemein  | 7.6       | Ausgewählte Innovatoren und Anbieter (inkl. SWOT-Betrachtung) im Online-Monitoring | 9.2.4     | Chancen und Risiken für Energiedienstleister                            |
| 6.2.3.3   | Angebot von Online-Monitoring   | 7.6.1     | Anbieter von Online-Monitoring-Software  | 9.2.5     | Chancen und Risiken für Entsorger                                       |
| 6.2.3.4   | Nachfrage nach Online-Monitoring  | 7.6.1.1   | Distilled Ltd.   | 9.2.6     | Weitere   |
| 6.2.3.5   | Entwicklung des Wettbewerbs   | 7.6.1.2   | IBM Deutschland GmbH   | <b>10</b> | <b>Strategien</b>   |
| 6.2.4     | Annahmen für Szenario 1: „Moderner Einsatz von Online-Monitoring“   | 7.6.1.3   | myON-ID Media GmbH   | 10.1      | Einleitung und Strategiedefinitionen                                    |
| 6.2.5     | Annahmen für Szenario 2: „Marktgetriebener Einsatz von Online-Monitoring“ (Referenz)                      | 7.6.1.4   | Quirk eMarketing (Pty) Ltd. (Brand's Eye)  | 10.2      | Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategien im Online-Monitoring  |
| 6.2.6     | Annahmen für Szenario 3: „Boom von Online-Monitoring“   | 7.6.1.5   | Weitere  | 10.3      | Strategische Erfolgsfaktoren im Online-Monitoring                       |
| 6.3       | Befragungsergebnisse: Bewertung der Rahmenbedingungen   | 7.6.2     | Anbieter von Online-Monitoring-Dienstleistungen                                    | 10.4      | Übersicht möglicher Strategieoptionen im Online-Monitoring              |
| 6.4       | Markt und Marktentwicklung von Online-Monitoring  | 7.6.2.1   | adisfaction AG   | 10.4.1    | Strategien für Anbieter von Online-Monitoring-Software                  |
| 6.4.1     | Online-Monitoring-Software  | 7.6.2.2   | conslina AG  | 10.4.2    | Strategien für Anbieter von Online-Monitoring-Dienstleistungen          |
| 6.4.1.1   | Allgemeine Markttreiber   | 7.6.2.3   | GfK AG   | 10.4.3    | Strategien für Nachfrager von Online-Monitoring                         |
| 6.4.1.2   | Allgemeine Marktbarrieren   | 7.6.2.4   | Infospeed GmbH   | 10.4.4    | Weitere   |
| 6.4.1.3   | Preise und Kosten   | 7.6.2.5   | Institut für Sensorikforschung und Innovationsberatung GmbH                        | <b>11</b> | <b>Ausblick</b>   |
| 6.4.1.4   | Gesamtmarkt: Marktpotenzial und Marktvolumen 2009   | 7.6.2.6   | pressrelations GmbH  | 11.1      | Einleitung  |
| 6.4.1.5   | Marktentwicklung bis 2015   | 7.6.2.7   | PressWatch GmbH  | 11.2      | Die Energiewirtschaft in 2020   |
| 6.4.1.5.1 | Marktentwicklung nach Szenario 1  | 7.6.2.8   | PSYMA GROUP AG   | 11.3      | Online-Monitoring in 2020   |
| 6.4.1.5.2 | Marktentwicklung nach Szenario 2  | 7.6.2.9   | SKOPOS – Institut für Markt- und Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG             | <b>12</b> | <b>Praxis-Tipps</b>   |
| 6.4.1.5.3 | Marktentwicklung nach Szenario 3  | 7.6.2.10  | TNS Infratest Forschung GmbH   | 12.1      | Bewertung von Optionen (Rankings) im Online-Monitoring                  |
| 6.4.1.6   | Markt nach Zielkundengruppen  | 7.6.2.11  | Uhl & Friends GmbH   | 12.1.1    | für Anbieter  |
| 6.4.1.6.1 | EVU, Netzbetreiber  | 7.6.2.12  | YouGovPsychonomics AG  | 12.1.2    | für Nachfrager und Kunden   |
| 6.4.1.6.2 | Energiedienstleister  | 7.6.2.13  | Weitere  | 12.2      | Kooperationen im Online-Monitoring                                      |
| 6.4.1.6.3 | Entsorger   | <b>8</b>  | <b>Anwendungsbeispiele</b>   | 12.3      | Handlungsfeld Marketing und Vertrieb                                    |
| 6.4.1.6.4 | Weitere   | 8.1       | Online-Monitoring-Software   | 12.4      | Handlungsfeld Einkauf   |
| 6.4.2     | Online-Monitoring-Dienstleistungen  | 8.1.1     | EVU/ Netzbetreiber   | 12.5      | Weitere   |
| 6.4.2.1   | Allgemeine Markttreiber   | 8.1.2     | Energiedienstleister   |           |   |
| 6.4.2.2   | Allgemeine Marktbarrieren   | 8.1.3     | Entsorger  |           |   |
| 6.4.2.3   | Preise und Kosten   | 8.1.4     | Weitere  |           |   |
| 6.4.2.4   | Gesamtmarkt: Marktpotenzial und Marktvolumen 2009   | 8.2       | Online-Monitoring-Dienstleistungen   |           |   |
| 6.4.2.5   | Marktentwicklung bis 2015   | 8.2.1     | EVU/ Netzbetreiber   |           |   |
| 6.4.2.5.1 | Marktentwicklung nach Szenario 1  | 8.2.2     | Energiedienstleister   |           |   |
| 6.4.2.5.2 | Marktentwicklung nach Szenario 2  | 8.2.3     | Entsorger  |           |   |
| 6.4.2.5.3 | Marktentwicklung nach Szenario 3  | 8.2.4     | Weitere  |           |   |
| 6.4.2.6   | Markt nach Zielkundengruppen  | 8.3       | Exkurs: Online-Monitoring in...  |           |   |
| 6.4.2.6.1 | EVU, Netzbetreiber  | 8.3.1     | ...anderen Ländern   |           |   |
|           |   | 8.3.2     | ...anderen Branchen  |           |   |
|           |   | <b>9</b>  | <b>Trends, Chancen und Risiken</b>   |           |   |
|           |   | 9.1       | Trends im Online-Monitoring  |           |   |
|           |   | 9.1.1     | Trends bei EVU/ Netzbetreibern   |           |   |
|           |   | 9.1.2     | Trends bei Energiedienstleistern   |           |   |
|           |   | 9.1.3     | Trends bei Entsorger   |           |   |

Die Studie umfasst ca. 600 Seiten. Aufgrund der laufenden Einarbeitung 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 Trendstudie (Nr. 12-0530)  
**»Online-Monitoring in der Ver- und Entsorgungswirtschaft«**  
 zum Preis von EUR 4.200,00  
 und   zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)  
 - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

Wir sind an einer Teilnahme an einem Startworkshop (Termin noch zu vereinbaren) interessiert.

Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

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

Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis 2009 zu.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden.

- Erhalt dieser Disposition
- Internet
- Empfehlung durch \_\_\_\_\_
- Presseartikel in \_\_\_\_\_
- Sonstiges \_\_\_\_\_

### ADRESSE

|                            |   |             |
|----------------------------|---|-------------|
| FIRMA                      |   |             |
| NAME                       |   |             |
| FUNKTION                   |   |             |
| STRASSE                    |   |             |
| PLZ/ORT                    |   |             |
| TEL./FAX                   |   |             |
| E-MAIL                     |   |             |
| <input type="radio"/> nein | Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail den Newsletter zu erhalten.   |             |
| <input type="radio"/> nein | Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten. |             |
| Datum                      | Unterschrift/Stempel  | 12-0501-246 |

**trend:research**  
 Institut für Trend- und Marktforschung

### TREND:RESEARCH

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktfor- schungsstudien 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, aufberei- tet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams - auch mit externen Experten - garantiert die ganz- heitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

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

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

### Konditionen

Die Trendstudie **»Online-Monitoring in der Ver- und Entsorgungswirtschaft«** kostet EUR 4.200,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 400,- pro Kopie zur Verfügung.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwert- steuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck in- nerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung. Bei Bestellung weiterer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt.

### Veranstaltung zur Studie

Im Startworkshop in Bremen 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 Er- fahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen. Mit der Darstellung ausgewählter Studienergebnisse in einer Endpräsentation (Termin zu vereinbaren) werden die aus der Befragung gewon- nenen Erkenntnisse für Studienbesteller direkt vermittelt und das praktische Vorgehen unterstützt.

### Weitere Studien

- trend:research gibt weitere Studien heraus, z.B.:
- CSR und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft**, geplant, 500 Seiten, EUR 3.900,00
  - Neue Vertriebskanäle in der Energiewirtschaft (2. Auflage)**, Mai 2007, 746 Seiten, EUR 3.500,00
  - Wettbewerb im Gasmarkt (3. Auflage)**, Januar 2009, 1.273 Seiten, EUR 3.900,00
  - Wettbewerb im Strommarkt (3. Auflage)** geplant, 600 Seiten, EUR 3.900,00
  - Smart Metering (2. Auflage) - Deutschland vor dem Rollout?** Oktober 2008, 1.197 Seiten, EUR 4.900,00
  - Der Markt für Ökostrom 2008-2012 (3. Auflage)**, August 2008, 1.060 Seiten, EUR 3.900,00
  - No Frills: Energy**, Mai 2007, 1.099 Seiten, EUR 3.900,00
  - Stromhandel 2010 (überarbeitete 4. Auflage)** geplant, 600 Seiten, EUR 4.500,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter [www.trendresearch.de](http://www.trendresearch.de) abrufen.  
 ©trend:research, 2009