



Digitalisierung in der Energiewirtschaft (2. Auflage)

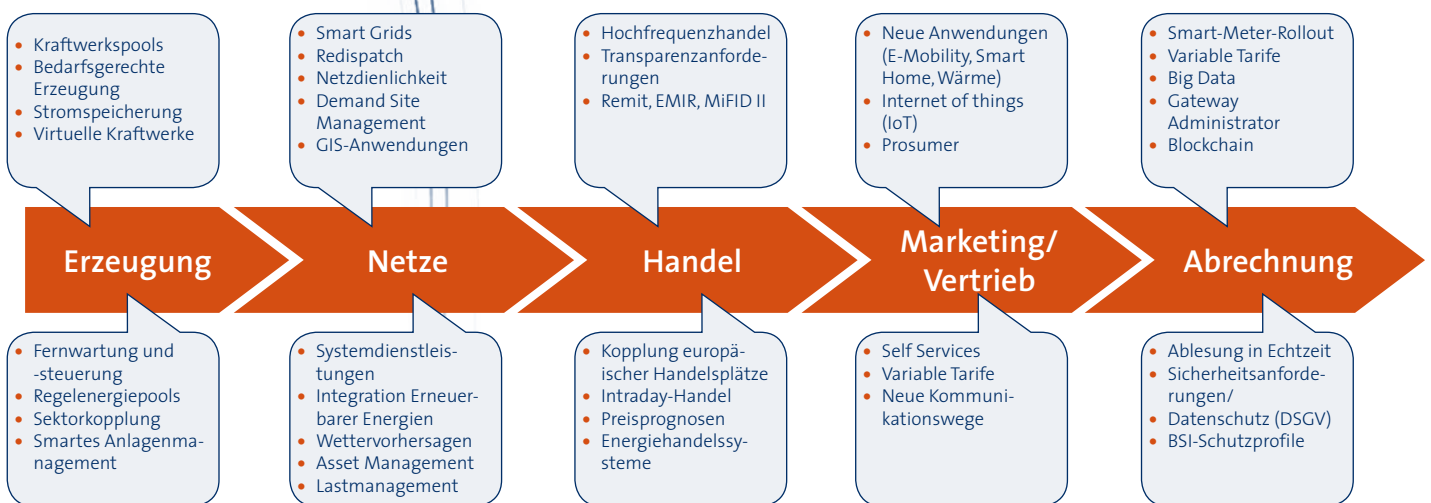
Aktuelle Chancen und Risiken des „Megatrends“

- Status quo und Marktprognose nach Wertschöpfungsstufen
- Markthemmnisse und Markttreiber
- Einfluss und Potenziale von „Smart-Energy“ Technologien
- Neue Geschäftsfelder und Potenziale entlang der Wertschöpfungskette
- Auswirkungen auf Marktteilnehmer und Wettbewerb
- Trends, Chancen und Risiken
- Strategieoptionen für Energieversorger und weitere Marktteilnehmer

Die viel diskutierte „Energiewende“ verändert die Stromerzeugungsstrukturen in Deutschland: fossile Großkraftwerke werden in steigendem Maße durch Erneuerbare Energien ersetzt. Daneben ist die Digitalisierung die zweite Revolution in der Energiewirtschaft. Neue Geschäftsmodelle, Prozesse und Marktteilnehmer sorgen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette für Veränderungen und brechen die etablierten Strukturen auf. Nur Marktteilnehmer, die diese aktuellen Trends erkennen und die sich ergebenden Chancen nutzen, werden sich zukünftig erfolgreich am Markt behaupten.

Die 2. Auflage der Studie „Digitalisierung in der Energiewirtschaft“ untersucht diesen Trend und beschreibt, welche Aufgaben aktuell auf Marktteilnehmer zukommen und welche Lösungen diese entwickeln. Zudem wird gezeigt, welche neuen Player zur Konkurrenz für die etablierten Akteure werden und wie sich die Energieversorger gegenüber diesen Wettbewerbern positionieren können. Auf Basis von 50 Experteninterviews mit Energieversorgern sowie IT- und Energiedienstleistern wird die zukünftige Entwicklung der Digitalisierung dargestellt und Strategie- und Handlungsoptionen abgeleitet.

Digitalisierungstrends entlang der Wertschöpfungskette



Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie analysiert systematisch die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Energiewirtschaft und bietet somit eine umfassende Bewertung der Potenziale und Risiken, die sich für Energieversorger und weitere Marktteilnehmer aufgrund dieser Entwicklung ergeben. Die Neuerungen und Wirkungen auf den einzelnen Wertschöpfungsstufen werden detailliert dargestellt und deren Wirkung auf die bestehende Geschäftsmodelle ausgewertet. Dies bildet die Grundlage der Marktprognose, welche aufzeigt wie sich verschiedene Teilmärkte für IT-Produkte zur Digitalisierung und damit verbundene Umsatzpotenziale entlang der Wertschöpfungskette bis 2025 entwickeln werden. Des Weiteren werden Anbieter von IT- und Kommunikationssystemen für die Energiewirtschaft dargestellt und anhand einer Wettbewerbsbetrachtung wird analysiert, welche Marktteilnehmer sich im Markt positionieren. Abschließend werden die ermittelten Chancen und Risiken für Marktteilnehmer zusammengefasst und Strategieoptionen entlang der Wertschöpfungskette aufgezeigt.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen und Geschäftsberichten usw.) fließen für die Trendstudie ca. 50 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorger
- IT- und Prozessdienstleister/Berater

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Ergebnisse aus Field- und Desk-Research führt zu abgesicherten Aussagen über Potenziale, Trends und Wettbewerb.

An wen sich die Studie richtet

Mit Hilfe der Trendstudie können sich Energieversorger sowie Anbieter von IT- und Kommunikationstechnologien und weitere Dienstleister einen Überblick über aktuelle und zukünftige Potenziale und Trends verschaffen. Die Studie liefert Hilfestellungen für Unternehmen, die ihre bisherigen Strategien überprüfen und anpassen wollen. Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung, IT sowie Marketing und Vertrieb.

| | | | |
|----------|--|----------|---|
| 1 | Summaries | 5.2.1 | Informations- und Kommunikationstechnologien im Netzbetrieb |
| 1.1 | Executive Summary | 5.2.1.1 | Netzleittechnik |
| 1.2 | Management Summary | 5.2.1.2 | Netzüberwachungssysteme |
| 2 | Allgemeine Grundlagen | 5.2.1.3 | Komponenten der Netzinfrastruktur |
| 2.1 | Zielsetzung und Nutzen der Studie | 5.2.2 | Speichertechnologien |
| 2.2 | Methodik und Studiendesign | 5.3 | Konzepte zur Netzintegration Erneuerbare Energien in Smart Grids in Deutschland |
| 2.3 | Methodik | 5.3.1 | Erzeugungsseitig: Stromeinspeisung |
| 2.4 | Studiendesign | 5.3.2 | Verbrauchsseitig: Lastmanagement |
| 2.5 | Begriffsdefinitionen und Abgrenzung | 5.3.3 | Netzseitig: Intelligente Stromübertragung |
| 3 | Rahmenbedingungen | 5.3.4 | Darstellung ausgewählter Smart-Grid-Projekte |
| 3.1 | Rechtliche Rahmenbedingungen der Digitalisierung | 5.4 | Neue Geschäftsmodelle durch die Einführung von Smart Grids |
| 3.1.1 | Europäische Gesetzgebung | 6 | Auswirkungen der Digitalisierung auf den Stromhandel |
| 3.1.1.1 | EU-Datenschutzgrundverordnung | 6.1 | Übersicht: Stromhandelsmärkte |
| 3.1.1.2 | EU-Richtlinie zur Netz- und Informationssicherheit (NIS) | 6.2 | Strompreise und Stromhandel |
| 3.1.1.3 | EU-Richtlinie zu Vorschriften für den Elektrizitätsbinnenmarkt (2009/72/EG) | 6.2.1 | Stromimporte und -exporte |
| 3.1.1.4 | EU-Richtlinie zu Vorschriften für den Erdgasbinnenmarkt (2009/73/EG) | 6.2.2 | Regel- und Ausgleichsenergie Strom |
| 3.1.1.5 | Weitere | 6.3 | Wandel der Beschaffungsstrategien im Stromeinkauf |
| 3.1.2 | Gesetzgebung in Deutschland | 6.3.1 | Klassische Vollversorgung |
| 3.1.2.1 | Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) | 6.3.2 | Tranchenmodelle |
| 3.1.2.2 | Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) | 6.3.3 | Strukturierte Beschaffung |
| 3.1.2.3 | IT-Sicherheitsgesetz | 6.3.4 | Portfoliomanagement |
| 3.1.2.4 | Rahmenbedingungen für den Smart-Meter Rollout | 6.4 | Funktionen von Handelssystemen |
| 3.1.2.5 | Weitere | 6.5 | Anforderungen an die technische Basis eines Stromhandelssystems |
| 3.2 | Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen | 6.6 | Neue Anforderungen an die IT – Big Data im Stromhandel |
| 3.2.1 | Entwicklung der Energiemärkte im Rahmen der Digitalisierung | 6.7 | Kostenentwicklung der IT-Systeme |
| 3.2.1.1 | Gasmarkt | 6.8 | Einsatz des Hochfrequenzhandels im Energiehandel |
| 3.2.1.2 | Strommarkt | 6.9 | Nutzung von Blockchain |
| 3.2.1.3 | Wärmemarkt | 6.10 | Neue Geschäftsmodelle im Stromhandel |
| 3.3 | Weitere Rahmenbedingungen der Digitalisierung in der Energiewirtschaft | 7 | Auswirkungen der Digitalisierung auf Marketing und Vertrieb |
| 3.3.1 | Digitale Agenda 2014 – 2017 | 7.1 | Übersicht der Digitalisierung in Marketing und Vertrieb |
| 3.3.2 | Digital Single Market | 7.2 | Auswirkungen der Digitalisierung auf Prozesse in Marketing und Vertrieb |
| 3.3.3 | Industrie 4.0 | 7.3 | Customer Relationship Management (CRM) |
| 3.3.4 | Smarte Gebäudelösungen | 7.3.1 | Organisationseinbindung und Prozesse |
| 3.3.4.1 | Smart Building | 7.3.2 | Anwendungsbeispiele und IT-Einsatz im CRM |
| 3.3.4.2 | Smart Home | 7.3.3 | Kennzahlen, Kosten und Nutzen von CRM in der Energiewirtschaft |
| 4 | Einfluss der Digitalisierung auf die konventionelle und erneuerbare Stromerzeugung | 7.3.3.1 | Kennzahlen und Kosten |
| 4.1 | Konventionelle Stromerzeugung | 7.3.3.2 | Nutzen eines CRM-System-Einsatzes |
| 4.1.1 | Kernkraftwerke | 7.3.3.3 | Kosteneinsparpotenziale durch CRM-Systeme |
| 4.1.2 | Kohle- und Gaskraftwerke | 7.3.4 | Anforderungen und Bedarfe von EVU |
| 4.1.2.1 | Status quo | 7.3.4.1 | Anforderungen an CRM-Systeme |
| 4.1.2.2 | Einfluss der Digitalisierung auf Kohle- und Gaskraftwerke | 7.3.4.2 | Anforderungen an Softwareanbieter |
| 4.2 | Erneuerbare Energien und dezentrale Erzeugung | 7.3.4.3 | Anforderungen an IT-Dienstleister |
| 4.2.1 | Virtuelle Kraftwerke | 7.3.4.4 | Bedarfe |
| 4.2.2 | Fluktuierende Stromeinspeisung | 7.4 | Self Services |
| 4.2.3 | Neue Prozesse, Produkte und Dienstleistungen | 7.4.1 | Anwendungen für interaktive Self Services |
| 4.3 | Bedarfsgerechte Einspeisung und Stromspeicher | 7.4.1.1 | Status quo: Anwendungen bei ausgewählten Kommunikationswegen |
| 4.4 | Überblick über den Fortschritt und die möglichen Potenziale der Digitalisierung in der Erzeugung | 7.4.1.2 | Dienstleistungen |
| 5 | Smart Grids – Intelligente Stromnetze durch intensiveren Einsatz digitaler Technologien | 7.4.1.3 | Neue Kommunikationstechnologien und Integrationsansätze |
| 5.1 | Digitalisierungsgrad in den Netzen | 7.4.2 | Anforderungen von Energieversorgern und weiteren Anwendergruppen |
| 5.2 | Technologien in Smart Grids | | |

| | | | | | |
|----------|---|-----------|--|----------|---|
| 7.4.2.1 | Anforderungen von Energieversorgern und Dienstleistern | 9.4.1.3 | Entwicklung bis 2025 | 12 | Strategien |
| 7.4.2.2 | Anforderungen von Privatkunden | 9.4.2 | Teilmarkt Demand-Side-Management | 12.1 | Strategiebegriff |
| 7.4.3 | Sourcingmodelle und Kennzahlen für Self Services | 9.4.2.1 | Marktbeschreibung und Abgrenzung | 12.2 | Strategische Grundhaltung |
| 7.4.3.1 | Sourcingmodelle | 9.4.2.2 | Teilmarktspezifische Einflussfaktoren (Markttreiber und Markthemmnisse) | 12.3 | Optionen zur Strategiefindung |
| 7.4.3.2 | Kennzahlen | 9.4.2.3 | Entwicklung bis 2025 | 12.4 | Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategie |
| 7.5 | Neue Geschäftsmodelle in Marketing und Vertrieb | 9.4.3 | Teilmärkte im Bereich Netze | 12.5 | Strategieoptionen |
| 7.5.1 | Neue Geschäftsmodelle im Bereich CRM | 9.4.3.1 | Marktbeschreibung und Abgrenzung | 12.5.1 | Übersicht über Strategieoptionen entlang der Wertschöpfungskette |
| 7.5.2 | Neue Geschäftsmodelle für Self Services | 9.4.3.2 | Teilmarktspezifische Einflussfaktoren (Markttreiber und Markthemmnisse) | 12.5.2 | Ausgewählte Strategieoptionen |
| 8 | Auswirkung der Digitalisierung auf Abrechnung (Smart Meter) | 9.4.3.3 | Entwicklung bis 2025 | 12.5.2.1 | First Mover |
| 8.1 | Digitalisierung in Abrechnung und Ablesung | 9.4.4 | Teilmärkte im Bereich Handel | 12.5.2.2 | Kooperationsstrategie |
| 8.2 | Energiewirtschaftliche Zielsetzungen für den Einsatz von Smart Meter | 9.4.4.1 | Marktbeschreibung und Abgrenzung | 12.5.2.3 | Lame Duck |
| 8.3 | Status quo des Smart-Metering-Marktes | 9.4.4.2 | Teilmarktspezifische Einflussfaktoren (Markttreiber und Markthemmnisse) | 12.5.2.4 | Wachstum durch Übernahme/ Smart Follower |
| 8.3.1 | Entwicklung des Smart-Metering-Einsatzes (Rollout) | 9.4.4.3 | Entwicklung bis 2025 | 12.5.3 | Zusammenfassung |
| 8.3.2 | Bewertungsstrategien des Einsatzes von Smart Metern | 9.4.5 | Teilmärkte im Bereich Marketing/ Vertrieb | | |
| 8.4 | Technologien | 9.4.5.1 | Teilmarkt Smart Home und Smart Building | | |
| 8.4.1 | Messeinrichtungen und deren Erweiterungen | 9.4.5.2 | Marktbeschreibung und Abgrenzung | | |
| 8.4.2 | Smart Meter Gateway und weitere Systemkomponenten | 9.4.5.3 | Teilmarktspezifische Einflussfaktoren (Markttreiber und Markthemmnisse) | | |
| 8.4.3 | Datenübertragung und Kommunikation | 9.4.5.4 | Entwicklung bis 2025 | | |
| 8.5 | Prozesseinbindung von Smart Metering | 9.4.6 | Teilmarkt Customer-Relationship-Management (CRM) | | |
| 8.5.1 | Unternehmerische Eingliederung von Smart Metering | 9.4.6.1 | Marktbeschreibung und Abgrenzung | | |
| 8.5.2 | Prozesse im konventionellen Metering und im Smart Metering | 9.4.6.2 | Teilmarktspezifische Einflussfaktoren (Markttreiber und Markthemmnisse) | | |
| 8.5.2.1 | Mögliche Auswirkungen der Gateway Administration auf interne Prozesse | 9.4.6.3 | Entwicklung bis 2025 | | |
| 8.5.2.2 | Auswirkungen der zunehmenden Digitalisierung auf die Prozesse | 9.4.7 | Teilmärkte im Bereich Abrechnung/ Ablesung | | |
| 8.5.3 | Auswirkungen von Smart Metering auf die Markttrollen | 9.4.7.1 | Marktbeschreibung und Abgrenzung | | |
| 8.5.4 | Rolle von Smart Metering in Smart-Energy-Konzepten | 9.4.7.2 | Teilmarktspezifische Einflussfaktoren (Markttreiber und Markthemmnisse) | | |
| 8.6 | Anforderungen an das Produkt- und Dienstleistungsspektrum | 9.4.7.3 | Entwicklung bis 2025 | | |
| 8.6.1 | Smart Metering als Produkt/Dienstleistung | 9.5 | Der Gesamtmarkt und Gesamtmarktentwicklung für IT-Produkte zur Digitalisierung in der Energiewirtschaft bis 2025 | | |
| 8.6.2 | Aktuelle Angebote der EVU | 9.5.1 | Markttreiber und Markthemmnisse der Digitalisierung allgemein | | |
| 8.7 | Neue Geschäftsmodelle durch den Einsatz von Smart Metern | 9.5.2 | Gesamtmarkt und Gesamtmarktentwicklung für IT-Produkte zur Digitalisierung in der Energiewirtschaft bis 2025 | | |
| 9 | Der Markt für IT-Produkte im Zuge der Digitalisierung bis 2025 | 9.6 | Zusammenfassung | | |
| 9.1 | Einleitung und Zielsetzung | 10 | Wettbewerb | | |
| 9.2 | Vorgehen und Methodik | 10.1 | Wettbewerbsstruktur unter den Softwareanbietern | | |
| 9.2.1 | Definition und Übersicht der Szenarien | 10.2 | Wettbewerbsstruktur unter den IT-Dienstleistern/Beratungsunternehmen | | |
| 9.2.2 | Prämissen-Darstellung und Szenarioanalyse | 10.3 | Wettbewerbsintensität (nach Teilmärkten) | | |
| 9.3 | Bestimmung der marktspezifischen Prämissen | 10.4 | Übersicht der wesentlichen Marktteilnehmer | | |
| 9.3.1 | Allgemeinesgesellschaftlicher Digitalisierungstrend | 10.5 | Auftritt neuer Akteure im Zuge weiterer Digitalisierung | | |
| 9.3.2 | Konjunkturelle Entwicklung | 11 | Trends und Strategien in der Digitalisierung | | |
| 9.3.3 | Demografische Entwicklung | 11.1 | Trends | | |
| 9.3.4 | Energiewende | 11.1.1 | Trends nach Wertschöpfungsstufen | | |
| 9.3.5 | Weitere | 11.1.2 | Produkt- und Dienstleistungstrends | | |
| 9.4 | Die Teilmärkte und -entwicklung für IT-Produkte zur Digitalisierung in der Energiewirtschaft entlang der Wertschöpfungskette bis 2025 | 11.2 | Chancen und Risiken | | |
| 9.4.1 | Teilmärkte im Bereich Erzeugung | 11.2.1 | für Energieversorger | | |
| 9.4.1.1 | Marktbeschreibung und Abgrenzung | 11.2.2 | für Energiedienstleister | | |
| 9.4.1.2 | Teilmarktspezifische Einflussfaktoren (Markttreiber und Markthemmnisse) | 11.2.3 | für IT- und Kommunikationsunternehmen | | |
| | | | | 1 | Wettbewerbsprofile ausgewählter IT-Anbieter und IT Dienstleister/Berater |
| | | | | 1.1 | AKTIF Technology GmbH |
| | | | | 1.2 | Artis IT GmbH |
| | | | | 1.3 | CAS Software AG |
| | | | | 1.4 | Cursor Software AG |
| | | | | 1.5 | DACHS GmbH |
| | | | | 1.6 | ITF-EDV Fröschl GmbH |
| | | | | 1.7 | Iqone |
| | | | | 1.8 | IS-Soft |
| | | | | 1.9 | Klafka&Hinz |
| | | | | 1.10 | Kisters AG |
| | | | | 1.11 | MSU |
| | | | | 1.12 | Pilodata GmbH |
| | | | | 1.13 | powercloud |
| | | | | 1.14 | Prudsys AG |
| | | | | 1.15 | robotron |
| | | | | 1.16 | SAP Deutschland SE & Co. KG |
| | | | | 1.17 | adesso AG |
| | | | | 1.18 | CGI Deutschland Ltd. & Co. KG |
| | | | | 1.19 | Conergos GmbH & Co. KG |
| | | | | 1.20 | e.dat GmbH |
| | | | | 1.21 | Gates GmbH |
| | | | | 1.22 | GISA GmbH |
| | | | | 1.23 | Items GmbH |
| | | | | 1.24 | KONEXUS Consulting Group GmbH |
| | | | | 1.25 | Mainova ServiceDienste GmbH |
| | | | | 1.26 | prego services GmbH |
| | | | | 1.27 | regio IT GmbH |
| | | | | 1.28 | regiocom GmbH |
| | | | | 1.29 | rku.it GmbH |
| | | | | 1.30 | Schleupen AG |
| | | | | 1.31 | SIV AG |
| | | | | 1.32 | Somentec Software AG |
| | | | | 1.33 | T-Systems international GmbH |
| | | | | 1.34 | VISOS GmbH |
| | | | | 1.35 | VOLTARIS GmbH |
| | | | | 1.36 | Wilken ENER:GY |
| | | | | 1.37 | Wilken Neutrasoft |
| | | | | 2 | Glossar |
| | | | | 3 | Abbildungsverzeichnis |
| | | | | 4 | Tabellenverzeichnis |

Anhang

1 Wettbewerbsprofile ausgewählter IT-Anbieter und IT Dienstleister/Berater

| | |
|------|-------------------------------|
| 1.1 | AKTIF Technology GmbH |
| 1.2 | Artis IT GmbH |
| 1.3 | CAS Software AG |
| 1.4 | Cursor Software AG |
| 1.5 | DACHS GmbH |
| 1.6 | ITF-EDV Fröschl GmbH |
| 1.7 | Iqone |
| 1.8 | IS-Soft |
| 1.9 | Klafka&Hinz |
| 1.10 | Kisters AG |
| 1.11 | MSU |
| 1.12 | Pilodata GmbH |
| 1.13 | powercloud |
| 1.14 | Prudsys AG |
| 1.15 | robotron |
| 1.16 | SAP Deutschland SE & Co. KG |
| 1.17 | adesso AG |
| 1.18 | CGI Deutschland Ltd. & Co. KG |
| 1.19 | Conergos GmbH & Co. KG |
| 1.20 | e.dat GmbH |
| 1.21 | Gates GmbH |
| 1.22 | GISA GmbH |
| 1.23 | Items GmbH |
| 1.24 | KONEXUS Consulting Group GmbH |
| 1.25 | Mainova ServiceDienste GmbH |
| 1.26 | prego services GmbH |
| 1.27 | regio IT GmbH |
| 1.28 | regiocom GmbH |
| 1.29 | rku.it GmbH |
| 1.30 | Schleupen AG |
| 1.31 | SIV AG |
| 1.32 | Somentec Software AG |
| 1.33 | T-Systems international GmbH |
| 1.34 | VISOS GmbH |
| 1.35 | VOLTARIS GmbH |
| 1.36 | Wilken ENER:GY |
| 1.37 | Wilken Neutrasoft |

2 Glossar

3 Abbildungsverzeichnis

4 Tabellenverzeichnis

Die Studie wird ca. 400 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. 21-0621-2)
»Digitalisierung in der Energiewirtschaft (2. Auflage)«
zum Preis von EUR 4.900,00

und _____ zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)

personalisiert auf* _____

- Wir bestellen vor dem **2. März 2018** und erhalten 10%
Subskriptionsrabatt.
- 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 Studiener-
gebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnisworkshops
(siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2018** 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.

Ergebnisworkshop

Im Ergebnisworkshop werden die Kerneergebnisse 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 »Digitalisierung in der Energiewirtschaft (2. Auflage)« kostet als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 4.900,00. Zusätzliche Kopien (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 Bestellung bis zum **2. März 2018** gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s. u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab **Mai 2018** verfügbar.

Weitere Studien

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

- Blockchain in der Energiewirtschaft: Geschäftsmodelle, Potenziale, Chancen und Risiken**
Juli 2017, 523 Seiten, EUR 4.500,00
- CRM bei Energieversorgern (4. Auflage): Erfolg durch optimierte Kundenbeziehungen**
Juli 2015, 409 Seiten, EUR 4.900,00
- Elektromobilität (3. Auflage): Potenziale und Geschäftsmodelle für Energieversorger und Stadtwerke**
Februar 2018, 495 Seiten, EUR 5.400,00
- Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage): Produkte, Marktpotenziale und die Erschließung neuer Geschäftsfelder**
Mai 2014, 734 Seiten, EUR 4.400,00
- Gaskraftwerke 2030: Kapazitäten, Wettbewerb und Potenziale im deutschen Kraftwerkmarkt vor dem Hintergrund eines neuen Energiemarktdesigns**
Juni 2015, 626 Seiten, EUR 5.500,00

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

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

- Bremen
- Bremerhaven
- Köln