



ENERGIEMARKT POLEN

CHANCEN, RISIKEN, POTENTIALE FÜR DEUTSCHE VERSORGER

- **Rahmenbedingungen**
- **Kundenverhalten und -anforderungen**
- **Marktgröße und -chancen**
- **Marktentwicklung (Kundenwechsel, Preise, Handel)**

- **Wettbewerb und Konkurrenz**
- **Einstiegsstrategien für deutsche EVU**
- **Trends**
- **Chancen und Risiken**

- Wie entwickelt sich der Markt in Polen: Struktur, Marktöffnung, Regulierung, Rahmenbedingungen usw.?
- Welche Potentiale und Chancen bieten sich im polnischen Energiemarkt? Warum kann der polnische Energiemarkt interessant sein?
- Wie können deutsche Versorger in den polnischen Markt eintreten? Welche Strategien können im Markt eingesetzt werden?
- Welche Vorteile und Synergien können deutsche Versorger nutzen?
- Wie groß ist der Markt in Polen? Welche Projekte zur Privatisierung stehen heute und zukünftig an?
- Wer sind die wichtigsten Wettbewerber? Welche ausländischen EVU sind auf dem polnischen Markt aktiv?
- Wie verhalten sich die Kunden heute, wie in zwei Jahren?
- Welche Instrumente werden zur Marktbearbeitung eingesetzt, wie werden Kunden gebunden, welche Vertriebswege bieten sich an?
- Wie groß wird der Wettbewerb in diesem Markt werden?
- Welche Markennamen bestehen bereits und wie lassen sich diese nutzen?
- Welche Risiken und Probleme sind zu beachten?

- Welcher Transfer ist aus dem deutschen Markt möglich? Wie können Erfahrungen aus Deutschland im polnischen Markt genutzt werden?

Die Studie gibt Antworten auf diese und weitere Fragen und zeigt die Details des in Polen zu erwartenden Wettbewerbs, eng verbunden mit den Möglichkeiten für deutsche Versorgungsunternehmen verschiedener Größen.

Da die Befragung sowohl von polnischen Muttersprachlern in Polen durchgeführt wird als auch deutsche Mitarbeiter in Polen tätige deutsche Unternehmen befragen, wird als Mehrwert der Studie die konkrete und praxisnahe Einschätzung der Entwicklungen und Potentiale im polnischen Markt, z.B. für deutsche Versorger, generiert. Dabei steht diese Einschätzung am Ende jedes Kapitels und in einer gesonderten ausführlichen Zusammenfassung. Dabei wird gezeigt, welche Vorteile sich aus den Erfahrungen deutscher Versorger mit der Liberalisierung ziehen lassen und wie diese am besten im Wettbewerb ausgespielt werden können. In diesem Zusammenhang wird die Bedeutung unterschiedlicher Bedingungen zwischen Deutschland und Polen für das Agieren deutscher Versorger am polnischen Markt besonders herausgestellt.

Die Studie zeigt die Rahmenbedingungen, Anforderungen, Technologien, Märkte sowie Markt- und Wettbewerbsentwicklungen, Strategien und Trends in Polen auf und liefert die notwendigen Informationen, die für die Entscheidung eines Einstiegs in den polnischen Energiemarkt erforderlich sind.

value through information.

Fokus und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit dem Energiemarkt Polens gestellt werden. Neben den Grundlagen und Rahmenbedingungen vermittelt die Studie auf die Situation Polens zugeschnittenes praktisches und handhabbares Basis- und Spezialwissen aus den wettbewerbsrelevanten Bereichen. Damit wird es möglich, weitere Fragen entwickeln und stellen zu können. Dieses ist bei der individuellen Umsetzung von Strategien und Maßnahmen in Polen und der Suche nach geeigneten operativen Partnern ein wichtiger Aspekt, um sich vor Problemen abzusichern und ein Scheitern des Marktauftritts zu verhindern. Der Schwerpunkt der Betrachtung liegt dabei – entsprechend dem derzeitigen Marktfokus – auf dem Medium Strom.

Jetzt in die Zukunft investieren ...

Nutzen der Studie Die Studie stellt die nationalen Bedingungen für die Energiewirtschaft in Polen heute und zukünftig dar und gibt damit einen fundierten Überblick über den dortigen Markt. Dieses Wissen wird erweitert um die praktischen Möglichkeiten im Markt. Vor diesem Hintergrund werden Entwicklungen, Trends, Strategien und Erfahrungen sowie Chancen und Risiken beschrieben.

Gleichzeitig werden auch die Unterschiede und Transformationsmöglichkeiten zwischen Deutschland und Polen genau beschrieben, um die Grenzen der strategischen und operativen Übertragbarkeit zu verdeutlichen. Ergänzt wird die Studie durch fundierte lokalisierte Inhalte über den potentiellen Markt, Wettbewerb, Technologien, Marketing, Vertrieb und Stromhandel in Polen.

Diese Inhalte ermöglichen es, strategische und operative Entscheidungen kurzfristig zu treffen und in einem neuen Markt eine führende Position aufbauen zu können.

Auf der Grundlage einer umfangreichen aktuellen Befragung zu Markt und Entwicklung in Polen werden Bedeutung und Potentiale aufgezeigt und Strukturen offengelegt. Es werden Fakten geschaffen, Grundannahmen präsentiert und Prognosen abgegeben, die nachvollziehbar sind und es innerhalb von Szenarien jedem EVU erlauben, selbst individuelle Einschätzungen einfließen zu lassen und ein eigenes Szenario hieraus abzuleiten, auf dessen Basis eine weitere strategische Ausrichtung erfolgt.

Die Ermittlung von Trends sowie Chancen und Risiken hilft schließlich dabei, das Potential und die speziell mit dem Markteintritt verbundenen Gefahren zu erkennen und zu kvitieren und die Entscheidungen in diesem Kontext entsprechend anzupassen, so daß ein schneller Eintritt in den polnischen Energiemarkt möglich wird.

Ziel und Methodik der Studie Die Studie verfolgt damit das Ziel, neben einem aktuellen Überblick über die zeitnahen Entwicklungen in der polnischen Energiewirtschaft Handlungsempfehlungen zu formulieren und durch die Darstellung von Methoden und Grundannahmen die Möglichkeit zu geben, die Studienergebnisse an die individuelle Situation anzupassen und hieraus letztlich eigene strategische und operative Handlungsoptionen abzuleiten. Damit unterstützt sie gleichermaßen EVU, aber auch Händler, Dienstleister, System- und Technologieanbieter bei der Wahrnehmung von Chancen und der Verbesserung der Wettbewerbsposition durch frühzeitiges Erkennen von Potentialen.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) werden für die aktuelle Trendstudie ca. 100 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen geführt, hauptsächlich in Polen:

- Energieversorgungsunternehmen
- Dienstleister
- Berater und Forschungseinrichtungen

Die Interviews mit den polnischen Zielgruppen werden von trend:research-Interviewern in polnischer Sprache geführt.

Außerdem liegen den Inhalten der Studie Interviews und Erfahrungen auch aus liberalisierten Märkten (bspw. Großbritannien) zugrunde. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führen zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends, Systemen und Wettbewerb sowie Strategien im polnischen Markt.

Mit Hilfe einer multivariaten Trend-Impact-Analyse™ werden diese Daten und Informationen quantifiziert und in einer wissensbasierten Datenbank konzentriert. Daraus werden u.a. Szenarien gebildet und entsprechende Prognosen generiert.

An wen sich die Studie richtet: Die Trendstudie hilft deutschen Energieversorgungsunternehmen, neuen Wettbewerbern, Händlern, Dienstleistern, Softwareherstellern, Systemanbietern und Investoren, zukünftige Potentiale des polnischen Energiemarktes einzuschätzen und geeignete Maßnahmen vor diesem Hintergrund im Zuge einer Erweiterung der Marktposition auf- und auszubauen und durch verschiedene Instrumente und Strategien zu entwickeln.

Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung, Vertrieb, Marketing, aber auch FuE-Abteilungen.

Wissen ist zum wichtigsten Produktionsfaktor geworden. Wer heute in Informationen investiert und daraus Wissen generiert, wird sich morgen erfolgreich im Markt behaupten können. Dabei dreht sich die Spirale immer schneller; es ist nicht mehr möglich, alle relevanten Daten und Informationen selbst zusammenzutragen und zu verdichten. In einigen Bereichen ist ein radikales Umdenken notwendig: Völlig neue Ansätze und Strategien werden sich im Markt durchsetzen, woraus sich Chancen, aber auch Risiken ergeben. Dies sichtbar zu machen, ist zugleich Ziel und Aufgabe von trend:research.

... denn Wissen entscheidet.

Polen: Chancen, Risiken, Potentiale für deutsche Versorger

Geplanter Inhalt der Studie

- | | | |
|---|--|---|
| <p>1. Management Summary</p> | <p>• Wettbewerb bei Privat- und Geschäftskunden</p> | <p>13. Chancen und Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chancen im polnischen Energiemarkt • Risiken im polnischen Energiemarkt |
| <p>2. Einleitung, Methodik, Ziele und Nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einleitung und Methodik • Ziele • Nutzen • Begriffsdefinitionen | <p>7. Marktchancen in Polen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Privatisierungsvorhaben • Profile (vgl. auch Wettbewerb) • Neue und potentielle Wettbewerber in Polen • Übernahmekandidaten • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | <p>14. Ausblick</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Energielandschaft in 2002, 2005 und 2010 • In Polen und Deutschland • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU |
| <p>3. Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen in Polen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen und Entwicklungen in der Energiewirtschaft in Polen: heute und morgen • Staatliche Einflußnahme nach der Marktöffnung, Grad und Ablauf der Deregulierung • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | <p>8. Marketing und Vertrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen • Marketingstrategien in Polen • Marketing-Mix • Kombinations- und Systemlösungen, Bonus systeme, Bundling • Bedeutung von Services, Added Values und Co-Branding • Potentielle Vertriebspartner in Polen • Vertriebskanäle im polnischen Markt • Vertriebsmöglichkeiten und -formen • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | <p>15. Bedeutung und Transfer der Ergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 Punkte, die deutsche EVU zum polnischen Markt wissen müssen • Übertragung der Ergebnisse • Aufforderung zur Umsetzung |
| <p>4. Anwenanforderungen in Polen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzungen für das Auftreten im polnischen Markt • Nachfrageseitige Betrachtung: die polnischen Kunden (PK, GK) <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbserfahrungen • Erwarteter Informationsbedarf • Erwartete Wechselwilligkeit • Anforderungen an die EVU • Identifikation von Problemereichen • Schlußfolgerungen für Lösungsansätze • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | <p>9. Stromhandel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die polnische Strombörse: Ausgangspunkt für Osteuropa? • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | <p>Die Studie umfaßt voraussichtlich über 300 Seiten. Die Gliederung kann sich aufgrund der laufenden Erarbeitung der Studie noch ändern. Inhaltliche Anregungen können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes angenommen werden.</p> |
| <p>5. Technologien - Einsatz in Polen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestandsaufnahme der genutzten Technologien: Netztechnik, Zählertechnik, IT... • Eingesetzte Technologien beim Endkunden und Weiterentwicklung: Zählertechnik, Smartcards • Netzkapazitäten • Kommunikationstechnologien • regenerative Stromerzeugung • Ausblick: Chancen für neue Technologien • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | <p>10. Wettbewerb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerb in der polnischen Energiewirtschaft Struktur und Entwicklung • Vergleich mit dem deutschen Wettbewerb • Wettbewerbsprofile wichtiger Marktteilnehmer (Polen, sonstiges Ausland) • Profile deutscher EVU mit Aktivitäten und Interessen in Polen • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | |
| <p>6. Marktentwicklung in Polen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Szenarien im polnischen Strommarkt: Prämissen und Grundannahmen • Angebots- und Erzeugerstrukturen • Handelsstrukturen • Stromhandel • Quantitative Entwicklung <ul style="list-style-type: none"> • nach Jahren • nach Anwendungen • Preisentwicklung • Entwicklung der Volumina • Qualitative Entwicklung | <p>11. Trends</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anwender-, Technologie-, Wettbewerb-, Markt- und Strategietrends in Polen • Vergleich mit Deutschland • Bedeutung und Chancen für deutsche EVU | |
| | <p>12. Strategien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heutige Strategien ausländischer EVU im polnischen Markt • Grundlegende Strategien: Markteintritt, Aufbau der Marktposition, M&A-Strategie, Vertriebsstrategien, Marktsegmentierung und -fokussierung • Strategien für große, mittlere und kleine Versorger • Strategieoptionen für deutsche EVU in Polen | |

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 Potentialstudie (Nr. 03-6001) »Polen: Chancen, Risiken, Potentiale für deutsche Versorger« zum Preis von DM 5.600,00 (EUR 2.863,23) und zusätzl. Kopien (je DM 600,00 /EUR 306,78) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir bestellen vor dem 11.10.2000 und erhalten 10% Subskriptionsrabatt.
- Wir bitten um telefonische Kontaktaufnahme, bevor wir eine Entscheidung treffen. Bitte sprechen Sie mit (s.u.).
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

ADRESSE	
FIRMA	
NAME	
FUNKTION	
E-MAIL	
STRASSE	
PLZ/ORT	
INTERNET	
TEL./FAX	
Datum	Unterschrift / Stempel
Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben:	
2. Unterschrift / Name	03-08003

TREND:RESEARCH

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktforschungsstudien aktuell und exklusiv erarbeitet, für einzelne oder mehrere Auftraggeber. Umfangreiche eigene (Primär-)Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten und dessen dosierter Transfer, aufbereitet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams – auch mit externen Experten – garantiert die ganzheitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

Schwerpunkt sind Untersuchungen für und in sich stark wandelnden Märkten, z.B. in den liberalisierten Energie- und Telekommunikationsmärkten. trend:research liefert Studien und Informationen an über 80% der größeren EVUs und unterstützt damit existentielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage oder unter www.trendresearch.de/referenzen.

KONDITIONEN

Die Studie »Polen: Chancen, Risiken, Potentiale für deutsche Versorger« kostet 5.600,00 DM / 2.863,23 EUR (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu DM 600,- pro Kopie zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

Bei Bestellung bis zum 11.10.2000 gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab November 2000 verfügbar.

WEITERE STUDIEN

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

- E-Trade: Energiehandel im Internet, 9/00, ca. 330 S., DM 4.900,00
- Stromhandel in der Energiewirtschaft, 5/00, 400 S., DM 5.400,00
- E-Business in Energieversorgungsunternehmen, 5/00, 500 S., DM 4.400,00
- Internet Billing in der Energiewirtschaft, 3/00, 390 S., DM 3.900,00
- E-Commerce für Energieversorger, 2. Auflage, 9/00, ca. 600 S., DM 6.400,00
- Powerline Communication, 6/00, 365 S., DM 5.400,00
- Informationssysteme in der Energiewirtschaft für CRM, Abrechnung, Vertrieb, 9/00, ca. 400 S., DM 5.400,00
- Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: Erfahrungen aus Großbritannien, 12/99, 323 S., DM 4.400,00
- Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: Neue Zählertechnologien und Lastprofile, 6/99, 423 S., DM 5.400,00
- Unternehmensprofile: Inland, Ausland, Neue Wettbewerber, Einzelprofile: 12/99, 25-600 S., DM 500,00 - 5.900,00