



Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung

Rahmenbedingungen, Kennzahlen, Wettbewerber

Die Studie ist ab sofort erhältlich und umfasst 760 Seiten

- Neue Rahmenbedingungen bei Druck, Verpostung und Versand: Mögliche Verkürzung des Abrechnungsturnus, Briefmonopol etc.
- Organisationsablauf und -aufbau
- Produkte und Dienstleistungen im Markt für Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung

- Kostenstrukturen und -optimierungspotenziale bei Druck, Verpostung und Versand für EVU
- Wettbewerbsanalyse und Wettbewerbsprofile
- Chancen und Risiken des Internet Billing – Auswirkungen der Turnusverkürzung
- Sourcing-Optionen im Bereich Druck, Verpostung und Versand

In den nächsten Jahren müssen sich Energieversorger und Dienstleister den entscheidenden Fragen in Bezug auf die Entwicklung der Bereiche Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung stellen.

Wird kurzfristig eine gesetzlich vorgeschriebene Turnusverkürzung eintreten und damit das Rechnungsvolumen auf nur schwer zu bewältigende Größen anschwellen lassen?

Wird der elektronische Versand von Rechnungen den Markt in den nächsten Jahren grundlegend verändern und Papier als Grundlage für Rechnungen verschwinden?

Neben diesen Fragen gibt es eine ganze Reihe von weiteren Aspekten, die nicht so offensichtlich sind, jedoch in ihrer Gesamtheit den Markt für Druck, Verpostung und Versand gleichfalls entscheidend beeinflussen. Dazu gehört der allgemeine Kenntnisstand der Energieversorger über die einzelnen Prozesskosten, der die Vergleichbarkeit des eigenen Status quo mit Angeboten von Dienstleistern erst ermöglicht, sowie die Bereitschaft und das Potenzial bei Energieversorgern, Dienstleistungen outzusourcen.

Zudem wird ein Überblick über die Prozessgestaltung bei den Unternehmen und deren Eingliederung in die Gesamtstruktur der Energieversorger gegeben.

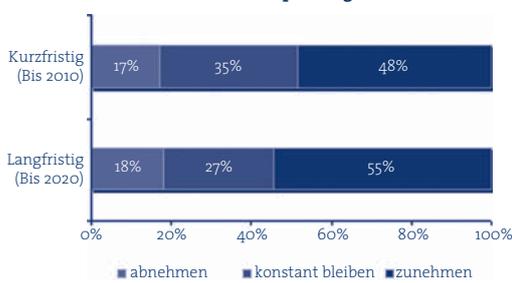
Die Studie stellt dar, welche Marktakteure in den Märkten für Druck, Verpostung und Versand auftreten und wie sich der Wettbewerb und das gesamte Marktvolumen in den nächsten Jahren entwickeln wird.

Diese Themenkomplexe werden tiefgehend analysiert und sich daraus ergebende Fragen beantwortet. Dabei fließt sowohl eine umfangreichen Befragung von Energieversorgern und Dienstleistern als auch das im Rahmen von ausführlichem Desk Research gewonnene Wissen ein.

Weitere Fragestellungen, auf die in der Studie eingegangen wird, sind:

- Welche rechtlichen Rahmenbedingungen bestimmen den Markt für Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung?
- Welchen Anforderungen stellen Energieversorger an Dienstleister?
- Welche Dienstleistungen werden angeboten und in welchem Umfang werden sie genutzt?
- Welche strategischen Optionen bieten sich zur Kostenoptimierung bei Druck, Verpostung und Versand an?
- Wie wird sich das Marktvolumen in den einzelnen Bereichen von Druck, Verpostung und Versand kurz- und langfristig entwickeln?

Wie werden sich Ihrer Meinung nach die Kosten im Bereich Verpostung entwickeln?



Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung

Inhalt der Studie

1	Management Summary	34	3.3.2.8.2	Signaturverordnung (SigV)	187
2	Einführung, Methodik und Grundlagen	78	3.3.2.9	DIN 476	191
2.1	Ziele und Nutzen der Studie	78	3.3.2.10	DIN 676	195
2.2	Methodik und Studiendesign	81	3.4	Potenzielle Auswirkungen aktueller energiepolitischer Überlegungen auf Druck, Verpostung, Versand	199
2.3	Eingrenzung des Betrachtungsgegenstands	86	3.4.1	Marktstrukturen als Einfluss auf Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung	199
2.4	Begriffsdefinitionen	87	3.4.2	Verkürzung Ableseturnus/Abrechnungszeitraum	200
2.4.1	Druck	87	3.4.3	Ausweitung von Smart Metering	207
2.4.1.1	Individualdruck	87	4	Ablauforganisation und Sourcing im Bereich Druck, Verpostung und Versand	210
2.4.1.2	Transaktionsdruck	88	4.1	Ablauforganisation von Druck, Verpostung, Versand	210
2.4.1.3	Digitaldruck	88	4.1.1	Bestandteile von Druck, Verpostung, Versand aus Sicht der Energieversorger	212
2.4.2	Verpostung/Kuvertierung	89	4.1.2	Allgemeine Anforderungen an die Ablauforganisation	215
2.4.3	Frankierung	90	4.1.3	Ablauforganisation im Teilprozess Druck	218
2.4.4	Versand	91	4.1.3.1	Datenübernahme zum Druck	223
2.4.5	Archivierung	92	4.1.3.2	Layouterstellung	226
2.4.6	Layout	92	4.1.3.3	Generierung der Rechnungen	228
2.4.7	Beileger	92	4.1.3.4	Elektronische Archivierung	230
2.4.8	EDIFACT	93	4.1.3.5	Übergabe der Druckdateien	234
2.4.9	Spooldaten	94	4.1.3.6	Materialbeschaffung für den Druck	235
2.4.10	Internet Billing	95	4.1.3.7	Rechnungsdruck	235
2.4.11	Sourcing, Outsourcing, Insourcing	97	4.1.4	Ablauforganisation im Teilprozess Verpostung	237
2.4.11.1	Outsourcing	97	4.1.4.1	Falzung und Kuvertierung der Rechnungen	239
2.4.11.2	Insourcing	99	4.1.4.2	Zusteuierung von Beilagen	240
2.4.12	Druck-, Verpostungs- und Versandleistungen in der Verbrauchsabrechnung	100	4.1.4.3	Portooptimierung	240
2.4.12.1	Allgemeine Vertragsangelegenheiten	100	4.1.4.4	Frankierung	242
2.4.12.2	Ableseterminierung und Selbstableskarten	101	4.1.4.5	Versandauflieferung	243
2.4.12.3	Verbrauchsabrechnung	106	4.1.5	Ablauforganisation im Teilprozess Versand	244
2.4.12.4	Netznutzungsentgelte	107	4.1.5.1	Mailingversand	245
2.4.12.5	Tarifan-/ummeldungen	108	4.1.5.2	Elektronischer Versand	248
2.4.12.6	Mahnung/Sperrandrohung	109	4.1.5.3	Bearbeitung von Retoursendungen	255
2.4.12.7	Marketing-/Vertriebskampagnen	109	4.2	Sourcing im Bereich Druck, Verpostung und Versand	257
2.4.12.8	Personalabrechnung	110	4.2.1	Sourcing-Strategien	257
3	Rahmenbedingungen	113	4.2.1.1	Selbsterstellung	257
3.1	Märkte	113	4.2.1.2	Ausgründung	260
3.1.1	Energiemärkte	113	4.2.1.3	Kooperation	261
3.1.1.1	Strommarkt	114	4.2.1.4	Outsourcing	265
3.1.1.2	Erdgasmarkt	116	4.2.2	Sourcing bei Druckprozessen	268
3.1.2	Markt für Postdienstleistungen	120	4.2.2.1	Anforderungen an Druckprozesse	269
3.1.2.1	Auswirkungen des flächendeckenden Mindestlohns	122	4.2.2.2	Status quo im Teilprozess Druck	270
3.1.2.2	Auswirkungen der Umsatzsteuerbefreiung der Deutschen Post AG	123	4.2.2.2.1	Selbsterstellung	270
3.1.2.3	Qualitative Übersicht über den deutschen Postmarkt	124	4.2.2.2.2	Ausgründung	272
3.2	Exkurs: Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	126	4.2.2.2.3	Kooperation	272
3.2.1	Energiepolitik	126	4.2.2.2.4	Outsourcing	273
3.2.2	Energiewirtschaftsgesetz und -verordnungen	127	4.2.2.3	Vor- und Nachteile der Sourcing-Optionen bei Druckprozessen	275
3.2.2.1	Unbundling	131	4.2.2.4	Zukünftige Entwicklungen im Sourcing von Druckprozessen	278
3.2.2.2	Bundesnetzagentur	135	4.2.3	Sourcing bei Prozessen der Verpostung	278
3.2.2.3	Novellierung des EnWG § 21b und Einfluss auf die Prozessstrukturen bei Druck, Verpostung, Versand	138	4.2.3.1	Anforderungen an Prozesse der Verpostung	278
3.2.2.4	Netzzugangsverordnung (NZV)	154	4.2.3.2	Status quo im Teilprozess Verpostung	279
3.2.2.5	Netzentgeltverordnung (NEV)	158	4.2.3.2.1	Selbsterstellung	279
3.2.2.6	Grundversorgungsverordnung	161	4.2.3.2.2	Ausgründung	281
3.2.3	Wesentliche Beschlüsse der Bundesnetzagentur zur Geschäftsdatenübermittlung in Strom- und Gasmarkt	163	4.2.3.2.3	Kooperation	281
3.2.3.1	GPKE Strom	163	4.2.3.2.4	Outsourcing	282
3.2.3.2	GeLi Gas	164	4.2.3.3	Vor- und Nachteile der Sourcing-Optionen bei Verpostungsprozessen	284
3.3	Rahmenbedingungen für Druck-, Verpostungs- und Versanddienstleistungen	167	4.2.3.4	Zukünftige Entwicklungen im Sourcing von Verpostungsprozessen	286
3.3.1	Europäische Richtlinien für Versanddienstleistungen	167	4.2.4	Sourcing bei Versandprozessen	287
3.3.1.1	EU-Richtlinie (Richtlinie 97/67 EG) von 1997	168	4.2.4.1	Anforderungen an Versandprozesse	287
3.3.1.2	EU-Richtlinie (Richtlinie 2002/39 EG) von 2002	169	4.2.4.2	Status quo im Teilprozess Versand	287
3.3.1.3	3. EU-Richtlinie (SEK 2006 2221) von 2006	170	4.2.4.2.1	Selbsterstellung	287
3.3.2	Nationale Richtlinien für Druck, Verpostung, Versand	173	4.2.4.2.2	Ausgründung	289
3.3.2.1	Postgesetz (PostG)	173	4.2.4.2.3	Kooperation	289
3.3.2.2	Post-Universaldienstleistungsverordnung (PUDLV)	174	4.2.4.2.4	Outsourcing	290
3.3.2.3	Post-Entgeltregulierungsverordnung (PEntgV)	175	4.2.4.3	Vor- und Nachteile der Sourcing-Optionen bei Versandprozessen	291
3.3.2.4	Postdienstleistungsverordnung (PDLV)	178	4.2.4.4	Zukünftige Entwicklungen im Sourcing von Versandprozessen	294
3.3.2.5	Post-Lizenzgebührenverordnung (PLGebV)	179	5	Kennzahlen: Kosten und Preise in Druck, Verpostung, Versand	296
3.3.2.6	Postdienste-Datenschutzverordnung (PDSV)	179	5.1	Methodik	296
3.3.2.7	Exkurs: Exklusivlizenz der Deutschen Post AG	182	5.2	Kennzahlen, Kosten und Preise der Druckprozesse	299
3.3.2.8	Gesetz über Rahmenbedingungen für elektronische Signaturen (SigG)	183	5.2.1	Papierkosten	299
3.3.2.8.1	Qualifizierte Zertifikate	185			

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 mögliche Turnusverkürzung bei der Abrechnung) werden für den Bereich Druck, Verpostung und Versand einzelne Prozessbestandteile und mögliche Sourcingoptionen aus Produkt- und Dienstleistungsicht anhand von Beispielen beschrieben. Die Analyse von Anforderungen an Prozesse und Lösungen wird um die Beschreibung von am Markt erhältlichen Dienstleistungen und Kostenstrukturen in Teilprozessen erweitert. Dies erlaubt einen Überblick ebenso wie einen ersten Leistungsvergleich.

Die Darstellung des Marktes für Druck, Verpostung und Versand erfolgt auf Basis einer Szenarioanalyse und ermöglicht so die Einbeziehung von aktuellen Unsicherheiten bezüglich der zukünftigen Entwicklung. Damit erlaubt die Studie schon heute eine aktive Positionierung von Energieversorgern ebenso wie von Abrechnern und weiteren Dienstleistern.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) sind für die Stammstudie 97 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen eingeflossen:

- Energieversorger
- Abrechnungsdienstleister
- Lettershops und Druckereien
- IT-Dienstleister und Rechenzentren
- Versanddienstleister

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse wurden 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 Stammstudie hilft Energieversorgern, die Prozesse von Druck, Verpostung und Versand zu optimieren und Kostensenkungspotenziale 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, Geschäftsführer, Vertrieb, Strategie, Planung und Entwicklung, Leitung Abrechnung.

5.2.2	Druck	300	7.2.2	Überblick über szenariospezifische Annahmen	410	8.4.6	GHP GmbH	604
5.2.3	Auftragsumfang	303	7.2.2.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	410	8.4.7	GISA GmbH	611
5.3	Kennzahlen, Kosten und Preise der Verpostungsprozesse	304	7.2.2.2	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	412	8.4.8	Itella Information GmbH	616
5.3.1	Briefumschläge	304	7.2.2.3	Entwicklung des Wettbewerbs in der Energiewirtschaft	414	8.4.9	meiller direct GmbH	622
5.3.2	Falzen und Kuvertieren	306	7.2.2.4	Rahmenbedingungen für Druck, Verpostung, Versand	416	8.4.10	rku.it GmbH	628
5.3.3	Frankierung	307	7.2.2.5	Entwicklung bei Systemen und Technologien	417	8.4.11	Ratiodata IT-Lösungen & Services GmbH	633
5.3.4	Postauflieferung	308	7.2.2.6	Entwicklung der Anforderungen an Druck, Verpostung, Versand	419	8.5	Profile ausgewählter Versanddienstleister	637
5.3.5	Zusammenführung: Optimierung der Prozesskosten	310	7.2.3	Exogene und endogene Schocks/Impacts	420	8.5.1	Deutsche Post AG	637
5.4	Kennzahlen, Kosten und Preise der Versandprozesse	312	7.2.4	Annahmen für Szenario 1 „Verlangsamung von Liberalisierung und Regulierung“	422	8.5.2	TNT Post AG & Co. KG	645
5.4.1	Preis pro Sendung	312	7.2.5	Annahmen für Szenario 2 „Fortsetzung von Liberalisierung und Regulierung“ (Referenz)	424	9	Trends, Chancen und Risiken	650
5.4.2	Skaleneffekte	314	7.2.6	Annahmen für Szenario 3 „Abbau der Handelshemmnisse und Turnusharmonisierung Abrechnung“	425	9.1	Trends bei Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung	651
5.4.3	Preise im elektronischen Versand	318	7.3	Befragungsergebnisse	428	9.1.1	Anwendentrends	651
5.5	Weitere Kennzahlen in Druck, Verpostung, Versand	323	7.3.1	Kostenentwicklung	428	9.1.2	Technologietrends	653
5.5.1	Aussendungen	324	7.3.2	Einflussfaktoren	431	9.1.3	Markttrends	654
5.5.2	Mitarbeiter	329	7.3.3	Einschätzungen zur Marktentwicklung	434	9.1.4	Wettbewerbstrends	655
5.6	Prozessübergreifende Kostensenkungs- und Optimierungspotenziale	333	7.4	Markt- und Marktentwicklungen	441	9.1.5	Strategietrends	657
6	Dienstleistungsspektrum in Druck, Verpostung, Versand	336	7.4.1	Preisentwicklung	441	9.2	Chancen und Risiken bei Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung	658
6.1	Anforderungen der Energieversorger	336	7.4.2	Gesamtmarkt: Marktpotenzial und Marktvolumen	445	9.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger	658
6.1.1	Allgemeine Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen ...	336	7.4.3	Marktentwicklung bis 2015	447	9.2.2	Chancen und Risiken für Druckereien und Druckdienstleister	663
6.1.1.1	...im Druck	337	7.4.3.1	Teilmarkt: Druckdienstleistungen	450	9.2.3	Chancen und Risiken für Versanddienstleister	668
6.1.1.2	...in der Verpostung	338	7.4.3.2	Teilmarkt: Verpostungsdienstleistungen	455	9.2.4	Chancen und Risiken im Outsourcing	671
6.1.1.3	...im Versand	339	7.4.3.3	Teilmarkt: Versanddienstleistungen	460	10	Strategien	678
6.1.2	Spezifische Anforderungen an Druckerzeugnisse	342	7.4.4	Qualitative Marktentwicklung	464	10.1	Grundverständnis Strategiebegriff	678
6.1.2.1	Schnittstellenausgestaltung	342	8	Wettbewerb	467	10.1.1	Vorgehensweise zur Strategieentwicklung	679
6.1.2.2	Layoutgestaltung	344	8.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	468	10.1.2	Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategie	686
6.1.2.3	Anschreibenumfang	345	8.1.1	Wettbewerbsebenen	468	10.1.3	Relevanz des Kriteriums „Unternehmensgröße“	694
6.1.2.4	Druckausführung	347	8.1.2	Wettbewerbsausprägung beim Strom	469	10.1.4	Erfolgsfaktoren	695
6.1.2.5	Beilagen	348	8.1.3	Wettbewerbsausprägung bei Gas	472	10.1.4.1	Strategische Erfolgsfaktoren	695
6.1.3	Spezifische Anforderungen an Verpostungs- und Versanddienstleistungen	349	8.1.4	Wettbewerbsausprägung bei Wärme	476	10.1.4.2	Operative Erfolgsfaktoren	696
6.1.3.1	Dienstleistungsspektrum	349	8.2	Wettbewerb in Druck, Verpostung, Versand	479	10.2	Ausgewählte Strategieoptionen für Energieversorger	698
6.1.3.2	Preisgestaltung	349	8.2.1	Wettbewerbsebenen	479	10.2.1	Sourcing-Strategien	699
6.1.3.3	Qualität	352	8.2.1.1	... im Druck	479	10.2.1.1	Selbsterstellung	699
6.2	Dienstleistungsspektrum im Druck	355	8.2.1.2	... in der Verpostung	480	10.2.1.2	Outsourcing	703
6.2.1	Elektronische Übernahme der Dokumentendaten	355	8.2.1.3	... im Versand	481	10.2.1.3	Vollständiges Outsourcing	706
6.2.2	Layoutgestaltung	360	8.2.2	Wettbewerbsausprägung	482	10.2.1.4	Outsourcing von Teilprozessen	707
6.2.3	Aufbereitung der Adressdaten	361	8.2.2.1	Bekanntheit von Wettbewerbern	482	10.2.1.5	Temporäres Outsourcing	707
6.2.4	Zusammenführung in Serienmailings	362	8.2.2.2	Outsourcingpotenzial von Druck, Verpostung und Versand	486	10.2.1.6	Best of Breed	708
6.2.5	Transaktionsdruck	364	8.2.2.3	Versandprozesse: Vormachtstellung der Deutschen Post AG	493	10.2.1.7	Strategiebewertung	713
6.2.6	Individualdruck	366	8.2.2.4	Rolle der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage	493	10.2.2	Angebotsstrategien	715
6.2.7	Beilagedruck	367	8.2.2.5	Wettbewerb nach Teilmärkten	494	10.2.2.1	Added-Value-Strategie	715
6.2.8	Umschlagdruck	369	8.2.2.5.1	Wettbewerb der Druckereien und Druckdienstleister	494	10.2.2.2	Erschließung neuer Geschäftsfelder	719
6.3	Dienstleistungsspektrum in der Verpostung	370	8.2.2.5.2	Wettbewerb der Verpostungsdienstleister	497	10.2.2.3	Strategiebewertung	721
6.3.1	Zusammenführung verschiedener Bestandteile in ein Anschreiben	371	8.2.3	Schlussfolgerungen	503	10.3	Ausgewählte Strategieoptionen für Dienstleister	722
6.3.2	Falzen der Anschreiben und Beilagen	371	8.3	Profile ausgewählter Abrechnungsdienstleister	504	10.3.1	Preisführerschaft	722
6.3.2.1	Einbruchfalz	373	8.3.1	24/7 United Billing GmbH	504	10.3.2	Qualitätsführerschaft	725
6.3.2.2	Wickelfalz	374	8.3.2	A/V/E Abrechnungsgesellschaft für Ver- und Entsorgungsleistungen mbH	509	10.3.3	Innovationsstrategie	728
6.3.2.3	Zickzackfalz	375	8.3.3	CentraPlus GmbH & Co. KG	514	10.3.4	Nischenstrategie	731
6.3.2.4	Parallelmittenfalz	375	8.3.4	Deutsche Post Com GmbH	519	10.3.5	Kooperationsstrategie	734
6.3.2.5	Fensterfalz	376	8.3.5	Drecount GmbH & Co. KG	524	10.3.6	Strategiebewertung	735
6.3.2.6	Kreuzbruchfalz	376	8.3.6	e.dat GmbH	528	11	Ausblick	737
6.3.3	Kuvertierung	377	8.3.7	Enseco GmbH	532	11.1	Die Entwicklung in der Energiewirtschaft ...	737
6.3.4	Frankierung	378	8.3.8	Entega Service GmbH	536	11.1.1	... bis 2010	737
6.3.5	Postauflieferung	386	8.3.9	EVU Zählwerk GmbH	541	11.1.2	... bis 2020	739
6.4	Dienstleistungsspektrum im Versand	387	8.3.10	Factur Billing Solutions GmbH	545	11.2	Entwicklung in Prozessstandardisierung und -automatisierung bis 2020	740
6.4.1	Mailingversand	387	8.3.11	items GmbH	549	11.3	Druck, Verpostung, Versand bis 2020	742
6.4.2	Portooptimierung	388	8.3.12	LAS GmbH	553	11.3.1	Rechnungsvolumen	742
6.4.3	Retourenmanagement	390	8.3.13	Mainova ServiceDienste GmbH	557	11.3.2	Turnusverkürzung	744
6.5	Zukünftige Entwicklungspotenziale im Dienstleistungsspektrum	391	8.3.14	NEW Service GmbH	561	11.3.3	Druck vor Ort	745
6.5.1	Potenziale bei Druckdienstleistungen	391	8.3.15	regiocom GmbH	565	11.3.4	Tarife für Rechnungsversand	745
6.5.2	Potenziale bei Verpostungsdienstleistungen	392	8.3.16	swb Messung und Abrechnung GmbH	569	11.3.5	Papier oder Elektronisch	746
6.5.3	Potenziale bei Versanddienstleistungen	393	8.3.17	varys GmbH	572	12	Praxistipps	749
6.5.4	Schlussfolgerungen	395	8.4	Profile ausgewählter Druckdienstleister, Rechenzentren sowie IT-Dienstleister	576	12.1	Partnersuche	749
7	Der Markt für Druck, Verpostung und Versand	397	8.4.1	AOV IT.Services GmbH	576	12.1.1	Notwendigkeit eines Partners	750
7.1	Einleitung und Erläuterung zur Darstellung des Marktes und der angewandten Methodik	398	8.4.2	Anstalt für Kommunale Datenverarbeitung in Bayern (AKDB)	581	12.1.2	Vorgehensweise	752
7.2	Grundannahmen und Prämissen	406	8.4.3	arvato direct services Gütersloh GmbH	586	12.1.3	Checkliste	754
7.2.1	Annahmen für alle Szenarien	406	8.4.4	Drescher Print Solutions GmbH	592	12.2	Dos & Don`ts in Druck, Verpostung, Versand	757
7.2.1.1	Allgemeine Grundannahmen	406	8.4.5	Georg Kohl GmbH	597	12.2.1	Dos & Don`ts für Energieversorger	757
7.2.1.2	Ausgewählte Grundannahmen: Druck, Verpostung, Versand	408				12.2.2	Dos & Don`ts für Druckdienstleister	759
						12.2.3	Dos & Don`ts für Versanddienstleister	760

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 Stammstudie (Nr. 10-0431) »**Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung**« zum Preis von EUR 4.900,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 400,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- Bitte senden Sie uns das aktuelle Studienverzeichnis **Abrechnung** zu.

- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **2008** zu.

- Hiermit bestellen wir Exemplar(e) des trend:buch **Energiewirtschaft 2006/2007** zum Preis von je EUR 98,00. - zzgl. gesetzl. MwSt., zzgl. Versand -

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.
Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben:	
Datum	Unterschrift/Stempel
	11-0407-190

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, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren Energieversorgungsunternehmen (EVU) und unterstützt damit existentielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.

Konditionen

Die Stammstudie »**Druck, Verpostung und Versand in der Verbrauchsabrechnung**« kostet EUR 4.900,00 (persönliches Exemplar).

Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 400,00 pro Kopie 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.

Die Studie ist ab sofort erhältlich.

Weitere Studien

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

- Smart Metering (2. Auflage) - Deutschland vor dem Rollout**, 08/08, ca. 1.000 S., EUR 4.900,00
- Kennzahlen in der Verbrauchsabrechnung**, 06/08, ca. 600 S., EUR 4.900,00
- Der Markt für Messstellenbetrieb und –dienstleistungen 2008: Zählen und Messen in Deutschland ab 2008 (2. Auflage)**, 04/08, ca. 600 S., EUR 4.400,00
- Energiedatenmanagement bei EVU: Systeme, Prozesse, Herausforderungen**, geplant, ca. 500 S., EUR 4.400,00
- Verbrauchsabrechnung: Service Levels und Standardisierung**, 12/07, 613 S., EUR 4.400,00
- Telefonzentrale, Call Center und Customer Service Center (3. Auflage)**, 12/07, 1.063 S., EUR 4.400,00
- Smart Metering in Deutschland**, 08/07, 1.062 S., EUR 3.900,00
- Outsourcing in der Verbrauchsabrechnung**, 06/07, 1.146 S., EUR 3.900,00
- No Frills:Energy - Oder: Was der Energiemarkt für den 2. Liberalisierungsakt von Aldi, RyanAir, Klarmobil&Co. lernen kann**, 05/07, 1.099 S. EUR 3.900,00
- Heizkostenverteilung (2. Auflage)**, 03/07, 776 S., EUR 4.900,00
- Forderungsmanagement in der Verbrauchsabrechnung 2. Auflage**, 09/06, 902 S., EUR 4.200,00
- Zählerwesen (2. Auflage)**, 05/06, 934 S., EUR 4.400,00
- Verbrauchsabrechnung (3. Auflage)**, 04/05, 1.322 S., EUR 5.500,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
©trend:research, 2007

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung