

Strategiestudie

Stromhandel in der Energiewirtschaft

- ↘ Rahmenbedingungen und Handelsbegriffe
- ↘ Stromhandelsplätze und Akteure
- ↘ E-Energy-Trading und E-Procurement
- ↘ Handels- und Finanzinstrumente
- ↘ Risikomanagement
- ↘ Erfahrungen aus USA/GB/Skand.
- ↘ Szenarien Strommarkt und -handel
- ↘ Stromhandelsstrategien
- ↘ Wettbewerber/Anbieter
- ↘ Trends, Chancen, Risiken, Ausblick

Im Mai diesen Jahres ist es soweit: Die Leipziger Strombörse LPX eröffnet als erste deutsche Stromhandelsplattform ihr Parkett, gefolgt von der Frankfurter EEX voraussichtlich im Oktober. Schon länger bauen Erzeuger, Versorger, Händler und Großkunden geeignetes Personal auf, um in diesem Bereich Akzente zu setzen oder auch nur, um eine weitere Chance des Wettbewerbs wahrnehmen zu können. Viele Versorger und zukünftig mit dem Stromhandel befaßte Gruppierungen verfügen gegenwärtig jedoch nur über unzureichendes Wissen: Angefangen bei grundlegenden Fragen (Was ist für den Stromhandel notwendig? Was bedeuten bestimmte Begriffe?) bis hin zu praktischen Unklarheiten (Wie setze ich Stromhandel organisatorisch um? Welche Trends und Entwicklungen sind zu erwarten? Wie kann das Risiko beim Stromhandel minimiert werden?) besteht momentan eine große Unsicherheit gepaart mit dem Bewußtsein, etwas unternehmen zu müssen, um nicht eine große Chance auszulassen.

Diese und eine große Anzahl weiterer Fragen werden im Rahmen der Studie thematisiert und beantwortet. Die Studie „Stromhandel in der Energiewirtschaft“ zeigt Grundlagen und Instrumente des Stromhandels und ihre praktische organisatorische Umsetzung im EVU. Sie bietet durch die Betrachtung von Märkten, Wettbewerb, Chancen, Risiken und Trends eine darüber hinaus wichtige Grundlage, um Potentiale und Entwicklungen zu erkennen, abzuschätzen und für den unternehmerischen Erfolg einzusetzen. Vor diesem Hintergrund nutzt sie Energieversorgern, Händlern, Brokern, Börsen, Lieferanten und Großkunden gleichermaßen.

Die Studie gibt Antworten auf die im Zusammenhang mit Stromhandel wichtigsten Fragen. Sie liefert sowohl theoretische Grundlagen zum Verständnis als auch praktische Hinweise zur Umsetzung und zeigt damit Möglichkeiten auf, wie Energieversorgungsunternehmen in den Bereich des Handels mit Strom einsteigen können.

**value
through
information.**

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit Stromhandel zu stellen sind. Sie hilft damit, aktuelle Entscheidungen fundiert, schnell und zielgerichtet treffen zu können. Dabei liefert die Studie das erforderliche Basis- und Spezialwissen, um Lösungen zu entwickeln und neue Fragen ableiten zu können. Dieses ist besonders bei der individuellen Umsetzung von Maßnahmen und der eventuell hiermit verbundenen Suche nach neuen Mitarbeitern und Partnern ein wichtiger Aspekt, um sich vor Problemen abzusichern und ein Scheitern zu verhindern.

Nutzen der Studie

Die Studie gibt einen fundierten Ein- und Überblick in den Markt und die Entwicklungen im Bereich Stromhandel. Die Strategien der Akteure, Trends im Markt, Erfahrungen in liberalisierten Märkten geben wichtige Hinweise für eigene Strategien und Maßnahmen.

Sie liefert das erforderliche Hintergrundwissen durch Darstellung von Begriffen und Rahmenbedingungen im Stromhandel und zeigt dessen Grundlagen auf. Die Darstellung von Handels- und Finanzinstrumenten und die praktische organisatorischer Umsetzung bilden weitere Schwerpunkte. Auf der Grundlage der umfangreichen Befragung werden Bedeutung und Potentiale des Stromhandels aufgezeigt und Marktentwicklungen veranschaulicht. Damit werden Fakten geschaffen, Grundannahmen präsentiert und Prognosen über die Entwicklungen im Bereich Stromhandel abgegeben.

Die Szenarien ermöglichen es jedem Energieversorgungsunternehmen, selbst individuelle Einschätzungen einfließen zu lassen und damit ein eigenes Szenario abzuleiten, auf dessen Basis eine weitere strategische Ausrichtung erfolgt. Dieses wird durch die Darstellung von bereits vorhandenen Erfahrungen (Ausland, andere Branchen), dem Wettbewerb und den Teilnehmern gefördert und erleichtert und durch die Reflektion des Wettbewerbs unter den Börsenplätzen sinnvoll ergänzt.

Die Ermittlung von Trends und Chancen und Risiken helfen schließlich dabei, das Potential und die Gefahren, die mit dem Stromhandel verbunden sein können, zu erkennen und zu kultivieren und die Entscheidungen in diesem Kontext entsprechend anzupassen.

Ziele der Studie

Die Studie verfolgt damit das Ziel, neben einem aktuellen Überblick über die Entwicklung des Stromhandels Handlungsempfehlungen zu formulieren und durch die Darstellung von Methoden und Grundannahmen die

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 TrendResearch.

Möglichkeit zu geben, die Studienergebnisse und Empfehlungen an die individuelle Situation anzupassen und hieraus letztlich eigene strategische und operative Optionen abzuleiten. Damit unterstützt sie gleichermaßen Energieversorgungsunternehmen, Händler, Broker, Börsen, Lieferanten und Großkunden bei der Verbesserung der Wettbewerbsposition durch frühzeitiges Erkennen von Erfolgspotentialen im Stromhandel.

Methodik

TrendResearch setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen usw.) wurden für die Strategiestudie Stromhandel ca. 100 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen geführt:

- ⇨ Energieversorgungsunternehmen
- ⇨ Endkunden (insb. Großkunden)
- ⇨ Börsenplätze, Broker / Händler
- ⇨ wesentliche Anbieter im Bereich (s. auch u.):
 - ⇨ (Finanz-)Dienstleister
 - ⇨ Hard- und Softwarehersteller (IuK)
 - ⇨ Berater, Institute, Forschungseinrichtungen

Die dargestellten Anwendungen, Märkte und deren Entwicklungen werden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erhoben. Die Auswertung der Kundenanforderungen und der Erwartungen der Marktteilnehmer führen zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends, Dienstleistungen und Wettbewerb sowie Strategien. Die Märkte werden auf der Grundlage der o.g. Interviews und Expertengesprächen analysiert.

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

An wen sich die Studie richtet:

Die Strategiestudie hilft Energieversorgungsunternehmen, Brokern, Händlern, neuen Wettbewerbern, Softwarehersteller, Systemanbieter, Investoren und Banken, zukünftige Potentiale des Stromhandels einzuschätzen, die Marktposition auf- bzw. auszubauen und geeignete Instrumente und Strategien zu entwickeln.

Der Nutzen der in der Studie enthaltenen Informationen ergibt sich dabei besonders für Vorstände, Geschäftsführung, Stromhandel, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung, aber auch Netzbetreiber, FuE- und EDV-Abteilungen.

Investieren Sie jetzt in die Zukunft ... denn Wissen entscheidet

Inhalt der Studie

1	Management Summary	1			
2	Einleitung	3			
2.1	Aufbau der Studie	5			
2.2	Nutzen der Studie	8			
2.3	Methodik der Studie	12			
3	Begriffsdefinition	15			
3.1	Kapitelzusammenfassung	15			
3.2	Begriffsdefinition Stromhandel	16			
3.3	Abgrenzungen in Markt und Studie	18			
3.4	Definit. aller verwendeten Begriffe	21			
4	Determinanten des Stromh.	30			
4.1	Kapitelzusammenfassung	30			
4.2	Basisdeterminanten des Marktes	32			
4.3	Rechtl. und vertragl. Rahmenbedingungen	34			
4.3.1	Staatliche Rahmenbedingungen	34			
4.3.2	Neue Verbändevereinbarung II	38			
4.4	Profile der Marktteilnehmer	40			
4.4.1	Anwendungsprofile von Endkunden	40			
4.4.2	Profile von Stromhändlern	42			
4.4.3	Exkurs: Trading Floors	43			
4.4.4	Profile von Stromproduzenten	43			
4.5	Handel zwischen den Akteuren	46			
4.5.1	Vertragsbeziehungen	46			
4.5.2	Geschäftsbeziehungen	50			
4.5.2.1	Beziehungen zu Endkunden	50			
4.5.2.2	Geschäftsbeziehungen zwischen Händlern und Produzenten	51			
5	Risikomanagement im Stromh.	57			
5.1	Kapitelzusammenfassung	57			
5.2	Allgemeine Unternehmensrisiken	59			
5.2.1	Rechtl. oder vertragliche Risiken	59			
5.2.2	Wechselkursrisiko	61			
5.2.3	Operationales Risiko	62			
5.2.3.1	Organisationsrisiko	62			
5.2.3.2	Personelles Risiko	63			
5.2.3.3	Bewertungsrisiko	64			
5.2.3.4	System- und Technikrisiko	64			
5.3	Spezielle Handelsrisiken	66			
5.3.1	Finanzierungsrisiko	66			
5.3.2	Absatzrisiko	67			
5.3.3	Preisänderungsrisiko	68			
5.3.3.1	Curve risk	68			
5.3.3.2	Basisrisiko	69			
5.3.3.3	Marktliquiditätsrisiko	69			
5.4	Risikomanagement i. Stromhandel	70			
5.4.1	Risiko ist nicht gleich Risiko	70			
5.4.2	Risikomanagement als Teil der Unternehmensstrategie	71			
5.4.2.1	Allgemeine Unternehmensziele	72			
5.4.2.2	Grundsatzentscheidungen zum Risikomanagement	73			
5.4.2.3	Risikomanagement im Stromhandel	74			
5.4.3	Messen und Bestimmen von Risiken im Stromhandel	75			
5.4.3.1	Griechen	76			
5.4.3.2	Value at Risk (VaR)	77			
5.4.3.2.1	Ermittlung des VaR	78			
5.4.3.2.2	Risk Metrics	80			
5.4.3.2.3	Historische Simulation	80			
5.4.3.2.4	Stochastische Simulation	81			
5.4.3.3	Stress Testing	81			
5.4.3.4	Szenariomethode	83			
6	Instrumente des Stromhandels	85			
6.1	Kapitelzusammenfassung	85			
6.2	Instr. gg. Zahlungsausfallrisiko	86			
6.3	Kreditwürdigkeitsprüfung	87			
6.3.1	Direkte Kreditwürdigkeitsprüfung	87			
6.3.2	Indirekte Kreditwürdigkeitsprüfung	88			
6.3.2.1	ABC Analyse	89			
6.3.2.2	Multivariate Diskriminanzanalyse	89			
6.3.2.3	Künstliche Neuronale Netzanalyse	89			
6.4	Kreditlimits	90			
6.5	Sicherheiten	91			
6.6	Versicherungen od. Bürgschaften	91			
6.7	Aufbau eigener Cash Reserven	92			
6.8	Einsatz von Instrumenten gegen Zahlungsausfallrisiken	93			
6.9	Instr. gegen Preisänderungsrisiko	94			
6.10	Modelle zur Ermittlung des Strombedarfs	96			
6.11	Nicht handelbare Instrumente	98			
6.11.1	Preisindexierung	98			
6.11.2	Bilaterale Lieferverträge (OTC)	99			
			6.12	Handelbare Instrumente im Spot- und Forwardhandel	100
			6.12.1	Spothandel	100
			6.12.2	Forwardbasierende Derivate	101
			6.12.2.1	Forward Contracts	102
			6.12.2.2	Futures	103
			6.12.2.3	Swaps	105
			6.12.3	Optionsbasierende Derivate	109
			6.12.4	Caps, Floors und Collars	110
			6.12.4.1	Caps	110
			6.12.4.2	Floors	111
			6.12.4.3	Collars	111
			6.12.5	Zwischenformen	113
			6.12.5.1	Partizipation Swaps	113
			6.12.5.2	Extendible Swaps	113
			6.12.5.3	Double Up Swap	113
			6.13	Einsatz von Instrumenten gegen Preisänderungsrisiken	114
			6.14	Weitere Instr. zur Reduzierung von Preisänderungsrisiken	116
			6.14.1	Wetterderivate	116
			6.14.2	Einsatz von Wetterderivaten	117
			7	Einbindung der Instrumente	119
			7.1	Kapitelzusammenfassung	119
			7.2	Instrumente als Managementkompon.	120
			7.2.1	Kosten	120
			7.2.2	Managementaufgaben	121
			7.3	Organisatorische Einbindung	122
			7.3.1	Unternehmensinterne Organisationsstrukturen	122
			7.3.1.1	Handel	123
			7.3.1.1.1	Aufbau einer Tradingabteilung	123
			7.3.1.1.2	Ausbau der Einkaufsabteilung	123
			7.3.1.1.3	Interner Trading Floor	124
			7.3.1.2	Vertragsabwicklung	125
			7.3.1.3	Finanzen oder Treasury	125
			7.3.1.4	Verkauf und Kundenkreditkontrolle	126
			7.3.1.5	Controlling	126
			7.3.1.6	Berichtswesen	126
			7.3.1.7	Rechnungswesen	127
			7.3.1.8	Kontrollinstanz	127
			7.3.1.9	Übersicht über die Organisationsstruktur	128
			7.3.2	Unternehmensexterne Organisationsstrukturen	129
			7.3.2.1	Strombroker	130
			7.3.2.2	Externe Trading Floors	130
			7.3.3	Prozesse	131
			7.3.4	Dokumentation und Datenmanagement	132
			7.4	Personelle Einbindung	133
			7.4.1	Ein psychologisches Profil	133
			7.4.2	Bonus- und Anreizsysteme	134
			7.5	Funktionelle Einbindung	135
			7.5.1	Kontrollprinzipien	135
			7.5.2	Personelle Kontrollmechanismen	135
			7.5.3	Strukturelle Kontrollmechanismen	136
			7.6	Funktionelle Kontrollmechanismen	137
			7.7	Stromhandel am Beispiel LPX	139
			8	Der Markt für Stromhandel	143
			8.1	Kapitelzusammenfassung	143
			8.2	Entwicklungsszenarien im lib. Markt	144
			8.2.1	Methodik der Szenarioanalyse	144
			8.2.1.1	Darstellung der Szenarioanalyse	144
			8.2.1.2	Grundannahmen ü. die Rahmenbedingungen	146
			8.2.1.3	Grundannahmen über den Strommarkt	147
			8.2.1.4	Übersicht über die wichtigsten Prämissen	150
			8.2.2	Darstellung der Szenarien	151
			8.2.2.1	Szenario I „Liberalisierung“	151
			8.2.2.2	Szenario II „Schnelle Liberalisierung“	154
			8.2.2.3	Szenario III „Radikale Liberalisierung“	158
			8.2.2.4	Entwicklung des Referenzszenarios	162
			8.3	Entwicklung im liberalisierten Markt	163
			8.3.1	Methodik	163
			8.3.2	Preisentwicklung	164
			8.3.2.1	Entwicklung der Volatilität	164
			8.3.2.2	Entwicklung des (durchschn.) Preisniveaus	165
			8.3.3	Entwicklung der Marktvolumina	166
			8.3.3.1	Entwicklung des physischen Marktvolumens	167
			8.3.3.2	Entwicklung des derivativen Marktvolumens	167
			8.3.4	Entwicklung der Wettbewerbsstruktur	168
			9	Stromhandel – Erfahrungen aus liberalisierten Märkten	172
			9.1	Kapitelzusammenfassung	172
			9.2	Erfahrungen aus den USA	174
			9.2.1	Charakteristika des Liberalisierungsprozesses in den USA	174
			9.2.2	Marktstrukturen heute	175
			9.2.3	Auswirkungen auf amerikanische EVU	176
			9.3	Großbritannien	178
			9.3.1	Charakteristika des Liberalisierungsprozesses in England	178
			9.3.2	Marktstrukturen heute	180
			9.3.3	Auswirkungen auf englische EVU	181
			9.4	Skandinavien	183
			9.4.1	Ausgangssituation	183
			9.4.2	Norwegen	183
			9.4.3	Schweden	185
			9.5	Die Entwicklung zum gesamteuropäischen Markt	186
			10	Stromhandelsbörsen	190
			10.1	Kapitelzusammenfassung	190
			10.2	Strombörsen	192
			10.2.1	Die Börse als Unternehmen	192
			10.2.2	Aufgaben und Charakteristika von Börsen	193
			10.2.3	Aufbau und Arbeitsweisen von (Strom)-börsen	195
			10.2.3.1	Minutenreserven und Ausgleichsmarkt	196
			10.2.3.2	Spotbörsen	197
			10.2.3.3	Futurebörsen	197
			10.2.3.4	Optionsbörsen	198
			10.2.4	Zugangsvoraussetzungen	199
			10.2.5	Börsenhandelsysteme	200
			10.3	Strombörsen in der Praxis	204
			10.3.1	Chicago Board of Trade (CBOT)	205
			10.3.2	New York Mercantile Exchange (NYMEX)	205
			10.3.3	Nord Pool	206
			10.3.4	Amsterdam Power Exchange (APX)	208
			10.3.5	Leipziger Strombörse (LPX)	209
			10.3.6	Frankfurter Strombörse (EEX)	210
			10.4	Verwandte Börsen	213
			10.4.1	Warenterminbörse Hannover (WTB)	213
			10.4.2	Int. Petroleum Exchange London (IPE)	214
			10.4.3	Kansas City Board of Trade (KCBT)	215
			10.4.4	Singapore Exchange	215
			10.5	Alternative Handelssysteme	216
			10.5.1	Gemeinsame Plattformen	217
			10.5.2	Proprietäre Handelssysteme	217
			10.5.3	Internet und Electronic Commerce	218
			10.5.3.1	E-Energy-Trading	219
			10.5.3.2	E-Procurement	220
			11	Auswirkungen des Stromhandels	222
			11.1	Kapitelzusammenfassung	222
			11.2	Entwicklung angrenzender Märkte	224
			11.2.1	Entwicklung des Öl- und Kohlemarktes	224
			11.2.2	Entwicklung des Erdgasmarktes	226
			11.3	Auswirkungen für Endverbraucher	228
			11.3.1	Industriekunden	228
			11.3.2	Privatkunden	229
			11.4	Auswirkungen für Stromversorger	231
			11.4.1	Verbundunternehmen	232
			11.4.2	Energieversorgungsunternehmen	233
			11.4.3	Stadtwerke	233
			11.5	Praxistips für Stromversorger	236
			11.6	Auswirkungen auf Stromhändler bzw. Strombroker	239
			11.7	Auswirkungen für Stromproduzenten	240
			12	Ausblick	243
			12.1	Neue Herausforderungen i. E.-handel	243
			12.2	Die Energiewirtschaft im Wandel der Zeit	246
			12.2.1	Die Energiewirtschaft in 2010	246
			12.2.2	Die Energiewirtschaft in 2020	247
			12.3	Die strategische Bedeutung des Internet	250
			12.4	Ausblick	252
			13	Ausgesuchte Wettbewerbsprofile	255
			13.1	Kapitelzusammenfassung	255
			13.2	EVU-Handelswettbewerber:	257
				z.B.: RWE, VEW/EVIVO, HEW, EWE, MVV, PreussenElektra, Bayernwerk, EnBW/Yello, Bewag, VEAG, GEW, EAM, LEW, VSE, Avacon, EVO, EnergyOne, Ampere, Ares z.B. Aare, EDF, Endesa, Enel, Fortum, Statkraft, Sydkraft, TXU/Eastern Group, Scottish Power, Hyder, Electrabel, Vattenfall	
			13.3	Weitere Handelswettbewerber aus dem Bereich Banken, Dienstleistung, Handel usw.	432
			13.4	Ausblick Wettbewerber	449

Antwort / Bestellung

Zurück im Briefumschlag an:

TrendResearch

Slevogtstr. 50
28209 Bremen

oder

per Fax an: 0421 / 64 61 24

- Hiermit bestellen wir die Strategiestudie (Nr.02-0002)

Stromhandel in der Energiewirtschaft

zum Preis von DM 5.400,00 (EUR 2760,98)
und ___ zusätzl. Kopien (je DM 600,00 /EUR 306,78)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- 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 TrendResearch International.

Adresse:

Firma: _____
Name: _____
Funktion: _____
E-Mail: _____
Straße: _____
PLZ/Ort: _____
Internet: _____
Telefon _____ 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 _____

03-05001

TrendResearch

TrendResearch International 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.

TrendResearch, 1997 gegründet, liefert Studien und Informationen bereits an über 70 % der großen EVUs und unterstützt damit existentielle Entscheidungen.

Konditionen

Die Studie „**Stromhandel in der Energiewirtschaft**“ kostet 5.400,00 DM/ 2760398 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 gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10 % Mengenrabatt. Die Studie ist ab sofort verfügbar.

Weitere Studien

TrendResearch gibt weitere Studien heraus, z.B.:

- Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: **Neue Zähler-technologien und Lastprofile**, 6/99, 423 S., DM 5.400,00
- E-Business in Energieversorgungsunternehmen**, 5/00, ca. 500 S., DM 4.400,00
- Internet Billing in der Energiewirtschaft**, 3/00, 390 S., DM 3.900,00
- Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: **Erfahrungen aus Großbritannien**, 01/00, 323 S., DM 4.400,00
- Potentialstudie **Energiedienstleistungen** - Chancen und Risiken im liberalisierten Markt, 8/99, 481 S.: DM 5.900,00
- E-Commerce für Energieversorger**, 9/99, ca. 350 S., DM 6.400,00
- Unternehmensprofile**: Inland, Ausland, Neue Wettbewerber, Einzelprofile: 12/99, 25-600 S. DM 500,00 - 5.900,00
- Kundenbindung**, 11/99, 423 S., DM 4.400,00
- Trendstudie: Wettbewerb bei Privatkunden im Strommarkt: **Neue Vertriebswege**, ca. 300 S., DM 4.400,00
- Strategiestudie **EVU 2000**, gepl. 6/00, ca. 450 S., DM 5.900,00
- Trendstudie: **Kooperationen/Allianzen** als EVU-Strategie, gepl. 7/00, ca. 350 S., DM 4.900,00
- Potentialstudie **Chancen und Risiken für PLC-Technologien**, gepl. 5/00, ca. 300 S., DM 5.400,00

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