



Self Services in der Energiewirtschaft

Neue Kommunikationswege, Prozessoptimierung und Einsparpotenziale

Die aktuell erstellte Studie umfasst **459 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

trendresearch.de

- Rahmenbedingungen mit Auswirkungen auf Self Services in der Energiewirtschaft
- Angebot von und Nachfrage nach Self Services
- Anforderungen an Kommunikationsmedien von verschiedenen Kundengruppen
- Markt Betrachtung bis 2020 (u. a. Anteile der Nutzung der einzelnen Self Services)

- Wettbewerbsstruktur und Unternehmensprofile ausgewählter Marktteilnehmer
- Trends, Chancen und Risiken für Energieversorger und Dienstleister
- Strategien für EVU und Dienstleister und Handlungsempfehlungen für EVU unterschiedlicher Unternehmensgröße

Die zunehmende Automatisierung und Digitalisierung in der Gesellschaft findet auch zunehmend in der Energiewirtschaft Anwendung. Neben der internen Prozessautomatisierung und der damit verbundenen Möglichkeit Kosten zu reduzieren kann ebenso durch den zunehmenden Einsatz von Self-Service-Instrumenten die Bearbeitung der Kundenkontakte verbessert werden.

Während für die EVU hierdurch einerseits der Verwaltungsaufwand reduziert und andererseits ein modernes Image forciert werden können, besteht für die Endkunden nach Ansicht der befragten Energieversorger der größte Vorteil im geringeren Zeitaufwand (vgl. Abbildung links). So kann bspw. durch die Anwendung von Self Services der Weg und damit verbunden die Zeit zum Kundencenter zu den jeweiligen Öffnungszeiten sowie die möglichen Warteschleifen in den Telefonzentralen vermieden werden.

Darüber hinaus erhöht der Einsatz von Self-Service-Anwendungen die Flexibilität der Kunden, da diese orts- und zeitunabhängig mit dem Energieversorger kommunizieren können. Zudem besteht die Möglichkeit, der direkten Änderung von Daten oder der Nutzung von Online-Portalen, wodurch die Kunden eigenständiger agieren können. Neben diesen Vorteilen ist der Einsatz von Self Services jedoch auch mit einem Verlust der Kunden-nähe und somit mit einem möglicherweise schnellerem Kundenwechsel verbunden.

Auch wenn die Kundenkommunikation derzeit noch mehrheitlich über das Kundencenter erfolgt, ist bis 2020 eine Bedeutungszunahme der telefonischen Kontakte sowie der Kundenkommunikation über E-Mail und Internet zu erwarten. Insbesondere bei

jüngeren Kunden steigen hierbei ebenso das Interesse und die Nachfrage nach Angeboten auf Social-Media-Plattformen.

Beim Angebot von Self-Service-Instrumenten sollten die Energieversorger die Anforderungen der jeweiligen Zielkundengruppen berücksichtigen. Dabei sollten u. a. eine gute Erreichbarkeit (insb. jüngere Kundengruppen), die Zuverlässigkeit der Technologien (jüngere und mittlere Generationen), die Erfüllung des Datenschutzes bzw. der Datensicherheit (mittlere und ältere Generationen) und eine einfache Bedienung der Self Services (insb. ältere Kundengruppen) gewährleistet werden.

Auf der Basis von über 50 Interviews mit Energieversorgern und Dienstleistern sowie ergänzendem Desk Research werden im Rahmen der Studie die aktuelle Verteilung der Kundenkontaktmedien beschrieben und zukünftige Potenziale in Bezug auf den Einsatz und die Nutzung verschiedener Kommunikationsinstrumente in der Energiewirtschaft untersucht. Hierbei werden u. a. folgende Fragestellungen beantwortet:

- Welche Self-Service-Anwendungen bieten hohe Nutzungspotenziale?
- Welche Anforderungen werden von unterschiedlichen Zielkundengruppen an die Self-Service-Instrumente gestellt?
- Wie wird sich die Nutzung der Anwendungen zukünftig entwickeln?
- Welche Trends, Chancen und Risiken werden den Wettbewerb zukünftig prägen?
- Welche Handlungsoptionen bieten sich für kleine, mittlere und große EVU?

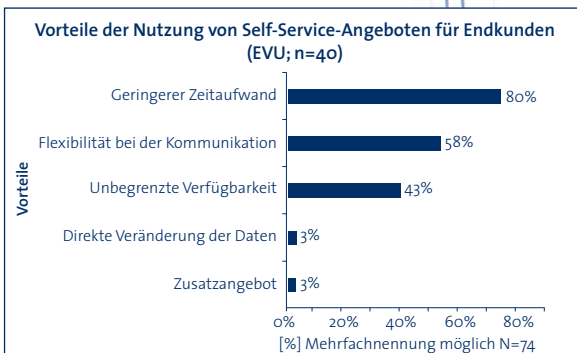


Abbildung: Vorteile der Nutzung von Self-Service-Anwendungen für Endkunden

Self Services in der Energiewirtschaft

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Ausgehend von aktuellen Rahmenbedingungen mit Auswirkungen auf den Bereich Self Services in der Energiewirtschaft erfolgt eine Darstellung des Angebotes von und der Nachfrage nach Kommunikationsinstrumenten in der Energiewirtschaft. Hierbei werden vor allem interaktive Self Services detailliert beschrieben. Auf dieser Grundlage werden die Anforderungen – differenziert nach verschiedenen Kundengruppen – erläutert.

Die Analyse und Marktbetrachtung innerhalb der Studie basiert auf umfangreichem Desk Research sowie Expertengesprächen. Auf dieser Basis werden die Wettbewerbsstruktur abgeleitet sowie Trends, Chancen und Risiken für einzelne Bereiche und Marktakteure aufgezeigt. Hierdurch wird es dem Leser ermöglicht, die eigene Positionierung im Markt zu überprüfen und ggf. anzupassen bzw. neue Strategien zu entwickeln.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) flossen in die Potenzialstudie über 50 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorger
- Dienstleister

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse wurden mithilfe der o. g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet und führen zu abgesicherten Aussagen über Status quo und Wettbewerb sowie die Marktbetrachtung im Bereich für Self Services in der Energiewirtschaft.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie richtet sich an Energieversorger, Dienstleister im Kundenservice, Telekommunikations-, IT-Hersteller und -Dienstleister sowie Berater und hilft diesen Unternehmen, die weitere Entwicklung einzuschätzen und die eigene Strategie/Marktpositionierung vor diesem Hintergrund auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung, Bereichsleitungen, IT-Verantwortliche, Vertrieb und Marketing. Neue Marktteilnehmer unterstützt die Studie dabei, fundierte Entscheidungen zum Markteintritt oder zur vertrieblichen Ausrichtung vorzubereiten.

1	Summaries	16		
1.1	Executive Summary	16	4.1.6.10	Webportale/Web-Applikationen 124
1.2	Management Summary	20	4.1.6.11	Social Media 124
			4.1.6.12	Verkaufsportale (bspw. für energieeffiziente Produkte) 126
2	Allgemeine Grundlagen	66	4.1.7	Angebot, Nachfrage, zukünftige Planungen und Relevanz für den Gasmarkt 126
2.1	Zielsetzung und Nutzen	66	4.1.7.1	Angebot 126
2.2	Methodik und Studiendesign	68	4.1.7.2	Nachfrage 128
2.2.1	Methodik	68	4.1.7.3	Zukünftige Planungen 137
2.2.2	Studiendesign	72	4.1.7.4	Relevanz für den Gasmarkt 141
2.3	Themenabgrenzung und Begriffsdefinitionen	74	4.2	Dienstleistungen 142
2.3.1	Bediene Selbstbedienung	75	4.2.1	Installation/Inbetriebnahme Telekommunikationstechnologie 143
2.3.2	Kundenportal	75	4.2.2	Installation/Inbetriebnahme Informationstechnologie 143
2.3.3	Mehrwertdienste	76	4.2.3	Customizing IKT 144
2.3.4	Outsourcing	77	4.2.4	Betrieb, Wartung und Störungsbehebung Telekommunikationstechnologie 144
2.3.5	Self Service	78	4.2.5	Betrieb, Wartung und Störungsbehebung Informationstechnologie 145
2.3.6	Service Level/Service Level Agreement	80	4.2.6	Bearbeitung schriftlicher Kontakte (Papieranschriften, Fax und E-Mail-Kommunikation) 145
2.3.7	Support Level	80	4.2.7	Bearbeitung persönlicher Kontakte 147
			4.2.8	Bearbeitung telefonischer Kontakte 148
			4.2.9	Bearbeitung Anfragen aus Internetkommunikation (Echtzeitkommunikation mit Endkunden) 148
3	Rechtliche Rahmenbedingungen	83	4.2.10	Bearbeitung Anfragen aus Internetkommunikation (ohne Echtzeitkommunikation mit Endkunden) 149
3.1	Europäische Gesetze und Richtlinien	83	4.2.11	User-Helpdesk 150
3.1.1	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz (2012/27/EU)	83	4.2.12	Schulungen 150
3.1.2	EU-Richtlinie zu Vorschriften für den Elektrizitätsbinnenmarkt (2009/72/EG)	84	4.2.13	Beratungsleistungen 152
3.1.3	EU-Richtlinie zu Vorschriften für den Erdgasbinnenmarkt (2009/73/EG)	85	4.3	Wesentliche neue Kommunikationstechnologien und Integrationsansätze 153
3.1.4	EU-Richtlinie zur Netz- und Informationssicherheit (NIS) (Entwurf)	85	4.3.1	Automatic Call Distribution (ACD) 154
3.2	Nationale Gesetze, Verordnungen und Beschlüsse	86	4.3.2	Computer Telephony Integration (CTI) 157
3.2.1	Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)	86	4.3.3	Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM-Systeme) 159
3.2.2	Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)	87	4.3.3.1	Klassische CRM-Systeme 162
3.2.3	De-Mail-Gesetz (De-Mail-G)	90	4.3.3.2	Elektronische CRM-Systeme (E-CRM-Systeme) 170
3.2.4	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	91	4.3.4	Enterprise-Resource-Planning-Systeme (ERP) 182
3.2.5	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	94	4.3.5	Interactive Voice Response (IVR) 186
3.2.6	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)	95	4.3.6	Predictive Dialer 187
3.2.7	Grundversorgungsverordnung (GVV)	96	4.3.7	Service Rufnummern/Hotlines 188
3.2.8	IT-Sicherheitsgesetz (Entwurfssfassung)	97	4.3.8	Unified Communications (UC)/ Unified Communication & Collaboration (UCC) 189
3.2.9	Signaturgesetz (SigG)	99	4.3.9	Voice over IP (VoIP) 192
3.2.10	Telekommunikationsgesetz (TKG)	101	4.3.10	Webportale 193
3.2.11	Telemediengesetz (TMG)	103	4.3.11	Web Real Time Communications (WebRTC) 195
4	Anwendungen für interaktive Self Services	107	5	Anforderungen von Energieversorgern und Anwendergruppen
4.1	Status quo: Anwendungen bei ausgewählten Kommunikationswegen	107	5.1	Anforderungen an Leistungen im Kundenservice 199
4.1.1	Überblick	107	5.1.1	Allgemeine Erfolgsfaktoren 205
4.1.2	Schriftlicher Kundenverkehr	108	5.1.2	Anforderungen aus Sicht von Energieversorgern/Dienstleistern 207
4.1.2.1	Faxversand	108	5.1.2.1	Allgemeine Anforderungen im Kundenservice 211
4.1.3	E-Mail-Kommunikation	109	5.1.2.2	Anforderungen an Kommunikation ohne Echtzeitreaktion 213
4.1.4	Persönlicher Kundenkontakt	113		
4.1.4.1	Vor Ort beim Kunden	113		
4.1.4.2	Im Kundenkontaktzentrum	114		
4.1.5	Telefonische Kommunikation	114		
4.1.6	Internetkommunikation	116		
4.1.6.1	Formular-/Downloadfunktion mit elektronischem Versand	116		
4.1.6.2	Formular-/Downloadfunktion mit Postversand	117		
4.1.6.3	Nicht standardisierte Kontaktfunktion	117		
4.1.6.4	Click-to-Call-Funktion	118		
4.1.6.5	Click-to-Chat-Funktion	119		
4.1.6.6	Cobrowsing	119		
4.1.6.7	Screen- und Dokumentensharing	120		
4.1.6.8	Automatisierte Tarifberechnung	121		
4.1.6.9	Apps für mobile Endgeräte	122		

5.1.2.3	Anforderungen an Echtzeitkommunikation mit Personal von Energieversorgern/ Dienstleistern	215	7.2	Vorstellung der Szenarioanalyse	286	8.4.1.5	davero dialog GmbH	370
5.1.2.4	Anforderungen an die technische Integration in bestehende IKT-Systeme	217	7.2.3	Ziele des Kapitels	289	8.4.1.6	Invitel GmbH	372
5.1.2.5	Anforderungen an Datensicherheit/-schutz	220	7.3	Übersicht über die Szenarien	289	8.4.1.7	regiocom GmbH	374
5.2	Anwendergruppen/Privatkunden	222	7.4	Grundannahmen und szenariospezifische Prämissen	290	8.4.1.8	tms connected! GmbH & Co. KG	376
5.2.1	Junge Privatkunden (Digital Natives)	228	7.4.1	Grundannahmen für alle Szenarien	290	8.4.2	IKT-Hersteller und -Dienstleister	377
5.2.1.1	Aktuelle Anforderungen und Umgang mit dem Kundenservice	228	7.4.1.1	Demografische Entwicklung	291	8.4.2.1	best practice consulting AG	378
5.2.1.2	Zukünftige Anforderungen an den Kundenservice in der Energiewirtschaft	231	7.4.1.2	Internetnutzung	295	8.4.2.2	crm consulting AG	379
5.2.2	Mittlere Generation	233	7.4.2	Szenariospezifische Prämissen	300	8.4.2.3	digitalklang creating solutions	381
5.2.2.1	Aktuelle Anforderungen und Umgang mit dem Kundenservice	233	7.4.2.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	300	8.4.2.4	Energy App Provider GmbH (con energy ag und Stadtwerke Düsseldorf AG)	382
5.2.2.2	Zukünftige Anforderungen an den Kundenservice in der Energiewirtschaft	236	7.4.2.2	Entwicklung der Energiepreise	302	8.4.2.5	IDS Scheer Consulting GmbH	384
5.2.3	Ältere Privatkunden	237	7.4.2.3	Entwicklung der Kundenanforderungen	305	8.4.2.6	ITC Internet-Trade-Center AG	386
5.2.3.1	Aktuelle Anforderungen und Umgang mit dem Kundenservice	237	7.4.2.4	Entwicklung des Wettbewerbs der Energieerferanten	307	8.4.2.7	T-Systems Multimedia Solutions GmbH	388
5.2.3.2	Zukünftige Anforderungen an den Kundenservice in der Energiewirtschaft	240	7.4.2.5	Entwicklung der Tarif-/Lieferantenwechselquoten	308	8.4.2.8	Wilken GmbH	391
6	Sourcingmodelle und Kennzahlen für Self Services	243	7.4.2.6	Entwicklung der Kommunikationstechnologien	310	9	Trends, Chancen und Risiken	394
6.1	Sourcingmodelle im Kundenservice	244	7.4.2.7	Entwicklung Interesse/Akzeptanz elektronische Kommunikation	311	9.1	Trends	394
6.1.1	Überblick	244	7.5	Markt und Marktentwicklung bis 2020	314	9.1.1	Endkundentrends	395
6.1.2	Schriftlicher Kundenverkehr	247	7.5.1	Markttreiber und Marktbarrieren	314	9.1.2	Strategie- und Wettbewerbstrends	397
6.1.2.1	Faxversand	248	7.5.2	Der Markt für Self Services im Basisjahr 2013	317	9.1.3	Technologietrends	398
6.1.2.2	Papierversand	249	7.5.2.1	Einsatz und Nutzung von Kommunikationstechnologien	318	9.2	Chancen	399
6.1.3	E-Mail-Kommunikation	250	7.5.2.1.1	E-Mail Kommunikation	320	9.2.1	... für Energieversorger	401
6.1.4	Persönlicher Kundenkontakt	251	7.5.2.1.2	Schriftlicher Kundenverkehr	320	9.2.2	... für Dienstleister im Kundenservice	403
6.1.4.1	Vor Ort beim Kunden	251	7.5.2.1.3	Persönlicher Kundenkontakt	320	9.2.3	... für IKT-Hersteller und -Dienstleister	405
6.1.4.2	Im Kundenkontaktzentrum	251	7.5.2.1.4	Telefonische Kommunikation	321	9.3	Risiken	406
6.1.5	Telefonische Kommunikation	253	7.5.2.1.5	Self Services	321	9.3.1	... für Energieversorger	408
6.1.6	Internetkommunikation	254	7.5.2.1.5.1	Formular-/Downloadfunktion	322	9.3.2	... für Dienstleister im Kundenservice	410
6.1.6.1	Standardisierte/automatisierte Informationsweitergabe	254	7.5.2.1.5.2	Nicht standardisierte Kontaktfunktion	322	9.3.3	... für IKT-Hersteller und -Dienstleister	412
6.1.6.2	Formular-/Downloadfunktion mit elektronischem Versand	255	7.5.2.1.5.3	Click-to-Call-Funktion	323	9.4	Ausblick	413
6.1.6.3	Formular-/Downloadfunktion mit Postversand	256	7.5.2.1.5.4	Click-to-Chat-Funktion	323	9.4.1	Technologieeinsatz bei Self Services und im Frontoffice	413
6.1.6.4	Nicht standardisierte Kontaktfunktion	256	7.5.2.1.5.5	Cobrowsing	324	9.4.2	Entwicklung im Kundenservice der Energiewirtschaft	415
6.1.6.5	Click-to-Call-Funktion	258	7.5.2.1.5.6	Screen- und Dokumenten-sharing	324	10	Strategien und Handlungsoptionen	419
6.1.6.6	Click-to-Chat-Funktion	259	7.5.2.1.5.7	Automatisierte Tarifberechnung	324	10.1	Einleitung und Strategiedefinition	419
6.1.6.7	Cobrowsing	260	7.5.2.1.5.8	Apps für mobile Endgeräte	324	10.2	Ausgewählte Strategieoptionen für Energieversorger und Dienstleister	420
6.1.6.8	Screen- und Dokumentensharing	261	7.5.2.1.5.9	Webportale/Web-Applikationen	325	10.2.1	Kundenorientierte Strategie	420
6.1.6.9	Automatisierte Tarifberechnung	261	7.5.2.1.5.10	Social Media	325	10.2.1.1	Kundenbindungsstrategien	420
6.1.6.10	Apps für mobile Endgeräte	262	7.5.2.1.5.11	Verkaufsportale/Onlineshops	327	10.2.1.2	Neukundengewinnung	423
6.1.6.11	Webportale	263	7.5.2.2	Sourcing der Prozessdurchführung (Unterpunkte vgl. Kapitel 7.5.2.1)	328	10.2.1.3	Kundenrückgewinnung	426
6.1.6.12	Social Media	264	7.5.3	Marktentwicklung für Self Services bis 2020	332	10.2.2	Kommunikationsstrategie	427
6.1.6.13	Verkaufsportale (bspw. für energieeffiziente Produkte)	265	7.5.3.1	Einsatz und Nutzung von Kommunikationstechnologien (Unterpunkte vgl. Kapitel 7.5.2.1)	332	10.2.3	Technologieorientierte Strategien	427
6.1.7	Bewertung möglicher Prozessoptimierungen	266	7.5.3.2	Sourcing der Prozessdurchführung (Unterpunkte vgl. Kapitel 7.5.2.1)	344	10.2.4	Nischenstrategie	429
6.2	Kennzahlen im Kundenservice	269	7.5.4	Zusammenfassung	348	10.2.5	Preis-/kostenorientierte Strategie	431
6.2.1	Angebot von Kundenkontaktmedien	272	8	Wettbewerb	351	10.2.6	Beteiligungen/Ausgründungen	434
6.2.1.1	...bei großen Unternehmen	273	8.1	Wettbewerb der Energieversorger	352	10.2.7	Fremdvergabe	437
6.2.1.2	...bei mittelgroßen Unternehmen	276	8.1.1	Wettbewerb der Stromanbieter	352	10.2.8	Kooperationsstrategie	439
6.2.1.3	...bei kleinen Unternehmen	278	8.1.2	Wettbewerb der Gasanbieter	355	10.3	Handlungsoptionen für bestimmte Unternehmensgrößen	443
6.2.1.4	Zusammenfassung	280	8.2	Wettbewerb der Dienstleister im Kundenservice	358	10.3.1	... für kleine Energieversorger	444
6.2.2	Bewertung möglicher Einsparpotenziale	282	8.3	Wettbewerb der IKT-Hersteller/ -Dienstleister	359	10.3.2	... für mittelgroße Energieversorger	445
7	Markt und Marktentwicklung bis 2020	285	8.4	Wettbewerbsprofile ausgewählter Marktakteure	360	10.3.3	... für große EVU-Konzerne	446
7.1	Einleitung	285	8.4.1	Abrechnungsdienstleister und Dienstleister im Kundenservice	361	11	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	449
7.2	Methodik und Ziele	285	8.4.1.1	arvato AG	361	11.1	Abbildungsverzeichnis	449
7.2.1	Vorgehensweise	286	8.4.1.2	buw Holding GmbH	364	11.2	Tabellenverzeichnis	458
			8.4.1.3	CCM Communication-Center Mitteldeutschland GmbH	366			
			8.4.1.4	D+S communication center management GmbH	368			

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. 17-0478)
»Self Services in der Energiewirtschaft«
zum Preis vonEUR 3.900,00
und _____ zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)
personalisiert auf* _____

Die aktuell erstellte Studie umfasst
459 Seiten und ist **ab sofort** verfügbar.

- Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnis-Workshops (siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2015** zu.
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **Shared Services** 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.

Ergebnis-Workshop

Im Ergebnis-Workshop werden die Kernergebnisse der Studie vorgestellt und diskutiert. Eine inhaltliche Fokussierung der Vorstellung für das teilnehmende Unternehmen ist möglich. Der Ergebnis-Workshop ermöglicht darüber hinaus durch gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen.

Konditionen

Die Potenzialstudie »Self Services in der Energiewirtschaft« kostet als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 3.900,00. 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 gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s. u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab **sofort** verfügbar.

Weitere Studien

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

- EEG-Billing**
Geplant, ca. 500 Seiten, EUR 4.400,00
- Energieversorger, Gateway-Administrator, Messstellen- und Netzbetreiber**
Geplant, ca. 750 Seiten, EUR 4.900,00
- Smart Building – Intelligente Gewerbe- und Industriegebäude-automation in Deutschland bis 2025**
In Bearbeitung, ca. 800 Seiten, EUR 4.900,00
- Wunderwaffe Energieeffizienz?**
In Bearbeitung, ca. 400 Seiten, EUR 4.500,00
- IT-Systeme und Technologien im Messstellenbetrieb und bei Messdienstleistungen**
Juli 2014, 918 Seiten, EUR 4.500,00
- Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage)**
Mai 2014, 734 Seiten, EUR 4.400,00
- Smart Home 2.0: Gebäudeautomatisierung und die Energiewirtschaft (2. Auflage)**
August 2013, 983 Seiten, EUR 4.900,00

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

© trend:research, 2015