

FINANSUTSKOTTETS BETÄNKANDE  
nr 8/1989-90 med anledning av landskapsstyrelsens framställning till landstinget med förslag om utverkande av extra ordinarie anslag för landskapets elkraftsförsörjning.

Landstinget har den 10 januari 1990 inbegärt finansutskottets utlåtande över framställningen. Med anledning härav får utskottet, som i ärendet hört finanschefen Dan E. Eriksson och landskapsstyrelseledamoten Magnus Lundberg och intet har att anföra, föreslå

att Landstinget antar landskapsstyrelsens förslag att till Ålandsdelegationen ingå med en framställning om ett extra ordinarie anslag om 24.300.000 mark att utges åt Ålands kraftverksaktiebolag som bidrag för trygghandet av landskapets elförsörjning genom anskaffande av ett dieselkraftvärmeverk.

Mariehamn den 16 januari 1990

På finansutskottets vägnar:

Sven-Olof Lindfors  
ordförande

Elisabeth Nauc ler  
sekreterare

N rvarande vid  rendets avg rande behandling: ordf randen Sven-Olof Lindfors, viceordf randen Sundblom samt ledam terna Lindbom, Olofsson och Tuominen.

## 2. Projektziele und -inhalte

Das Projekt zielt darauf ab, die Entwicklung eines neuen Produkts zu unterstützen. Die Hauptziele sind die Identifizierung der Marktlücke, die Entwicklung eines Prototyps und die Erreichung der ersten Kunden. Die Projektinhalte umfassen die Marktrecherche, die Produktentwicklung, die Marketingstrategie und die Produktion.

Die Marktrecherche wird durch die Analyse der Wettbewerbslandschaft und die Identifizierung der Kundenbedürfnisse durchgeführt. Die Produktentwicklung umfasst die Konzeption, die Prototypenentwicklung und die Erprobung. Die Marketingstrategie wird durch die Identifizierung der Zielgruppe und die Entwicklung von Marketingkanälen definiert. Die Produktion wird durch die Identifizierung der Lieferanten und die Optimierung der Produktionskosten durchgeführt.

Die Marktrecherche wird durch die Analyse der Wettbewerbslandschaft und die Identifizierung der Kundenbedürfnisse durchgeführt. Die Produktentwicklung umfasst die Konzeption, die Prototypenentwicklung und die Erprobung. Die Marketingstrategie wird durch die Identifizierung der Zielgruppe und die Entwicklung von Marketingkanälen definiert. Die Produktion wird durch die Identifizierung der Lieferanten und die Optimierung der Produktionskosten durchgeführt.

Das Projekt wird durch die Identifizierung der Zielgruppe und die Entwicklung von Marketingkanälen definiert.

Die Produktion wird durch die Identifizierung der Lieferanten und die Optimierung der Produktionskosten durchgeführt.

Die Marktrecherche wird durch die Analyse der Wettbewerbslandschaft und die Identifizierung der Kundenbedürfnisse durchgeführt.

Die Produktentwicklung umfasst die Konzeption, die Prototypenentwicklung und die Erprobung.

Die Marketingstrategie wird durch die Identifizierung der Zielgruppe und die Entwicklung von Marketingkanälen definiert.

Die Produktion wird durch die Identifizierung der Lieferanten und die Optimierung der Produktionskosten durchgeführt.