



Contracting in der Industrie

Marktvolumen und Marktpotenziale in Deutschland 2004 bis 2015

- Differenzierte Kundenanalyse nach Industriezweigen
- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren
- Wettbewerbsanalyse

- Marktvolumen, -potenziale und -entwicklungen bis 2015
- Strategie- und Handlungsempfehlungen
- Beispiele und Praxistipps

www.trendresearch.de

Die Studie ist ab sofort verfügbar und umfasst 620 Seiten.

Der Markt für Contracting ist einer der wenigen Wachstumsmärkte in Deutschland, in dem Contractoren und Energieversorgungsunternehmen steigende Umsätze und Erträge erzielen können. Der Teilmarkt für Contracting in der Industrie ist dabei besonders interessant (siehe Abbildung), aber auch besonders anspruchsvoll: branchen- und unternehmensspezifische Anforderungen, hohe Projektvolumina, lange Akquisezeiträume und vielfältige Technologie- und Know-how-Anforderungen sind zwar Ansporn und bieten auch Differenzierungsmerkmale gegenüber den Wettbewerbern, erfordern aber auch viel Know-how und einen langen Atem.

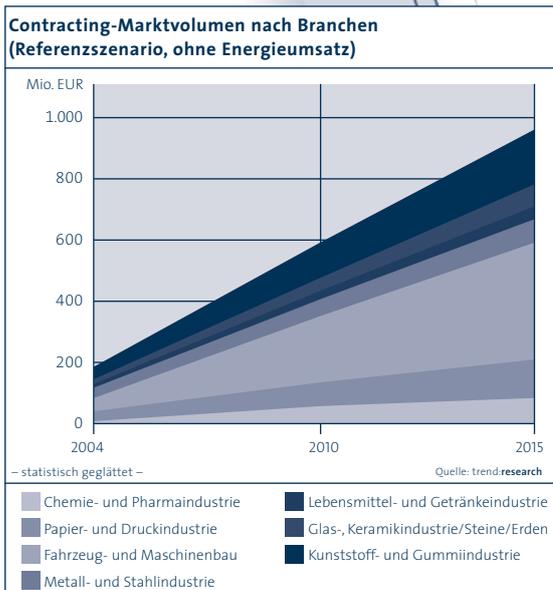
Steigende Strompreise, die Anforderungen des Emissionshandels verbunden mit einer Eigenerzeugung in einzelnen Industriesparten bis über 15 % z.B. Chemie- oder Papier-/Holzindustrie) erhöhen den Charme von Contracting-Lösungen, die es der Industrie ermöglichen, sich tatsächlich auf die Kernkompetenzen zu konzentrieren.

Daraus ergeben sich Potenziale, die in der Studie »Contracting in der Industrie« analysiert und dargestellt werden. Die Frage, wie und auch »gegen wen« mit welcher Strategie diese Potenziale zeitnah und ergebnissicher ausgeschöpft werden können, wird in der Studie beantwortet. Auch die Frage, welche Hindernisse die Contractoren zu überwinden haben, wird beantwortet.

Auf der Basis einer umfangreichen Befragung unter Industriebetrieben unterschiedlicher Branchen und Industriezweige – auf Wunsch auch regional differenziert – liefert die Studie umfassendes Wissen für die Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Aufbau bzw. Ausbau des Geschäftsfeldes, z.B. über:

- den heutigen Entwicklungsstand
- Kundenanforderungen
- Hindernisse und Barrieren
- Anwendungsbereiche und Beispiele
- Marktvolumen in den einzelnen Industriezweigen (s. Inhaltsverzeichnis)
- Weitere Entwicklung in Abhängigkeit unterschiedlicher Rahmenbedingungen (Marktszenarien)
- Wettbewerbsstrukturen und Marktanteile
- Anbieter- und Wettbewerbsprofile
- Trends und Vermarktungschancen
- Handlungsoptionen für unabhängige Contractoren, EVU und deren Tochterunternehmen sowie regionale und lokale EVU.

Die Studie richtet sich an Contractoren, Energieversorger, Dienstleister sowie an Industriebetriebe und Gewerbe.



Weitere Contracting-Studien von trend:research:

- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010, Mai 2003, 620 Seiten
- Der Markt für Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft, März 2004, 530 Seiten
- Contracting im Krankenhaus, Juni 2004, 504 Seiten
- Markenbildung im Contracting, August 2004, 375 Seiten

value through information.

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie knüpft an die Ergebnisse der Potenzialstudie »Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010« an und vertieft die Untersuchung in der Industrie.

Neben differenzierten Aussagen über die Kundenanforderungen erfolgt eine detaillierte Branchenanalyse und die Berechnung des branchenspezifischen Marktvolumens.

Auf der Basis einer umfangreichen Befragung von Branchenvertretern und einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen in diesem Contractingteilmarkt werden strategische und operative Entscheidungen unterstützt und Empfehlungen zum Aufbau und/oder Ausbau der eigenen Marktposition gegeben. Ebenso werden die Anforderungen und Bedürfnisse der Kunden in dieser Branche vertieft und geben Anhaltspunkte für eine eigene Segmentierung und Vertriebsvorbereitung.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Im Desk Research wurden neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen auch bereits vorhandene Studien zum Thema Contracting ausgewertet.

Den Hauptteil macht das Field-Research aus. Im Rahmen einer umfangreichen, deutschlandweiten Befragung wurden 194 telefonische und persönliche Interviews geführt:

Zielgruppen	Interviews
Chemie- und Pharmaindustrie	20
Metall- und Stahlindustrie	21
Glas-, Keramikindustrie und Verarbeitung von Steinen und Erden	20
Papier- und Druckindustrie	21
Kunststoff- und Gummiindustrie	21
Lebensmittel- und Getränkeindustrie	20
Fahrzeug- und Maschinenbau	23
Weitere Industrien	19
Experten	29
Summe	194

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse wurden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führte zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends, Projekte und Wettbewerb sowie Strategien im liberalisierten Markt.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Contractoren, Energieversorgern, Querverbundunternehmen und Stadtwerken sowie Dienstleistern, zukünftige Contracting-Potenziale in der Industrie einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigenen Maßnahmen vor diesem Hintergrund im Zuge einer Branchenfokussierung auszurichten.

Unternehmen aus der Industrie hilft die Studie, die eigenen Anforderungen zu schärfen, Produkte und Dienstleistungen zu vergleichen sowie einen Marktüberblick über die Anbieter zu bekommen.

Der Nutzen ergibt sich z.B. für Vorstände, Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung, Leiter Contracting, Leiter kundennahe Anlagen u.ä.

Märkte und Strategien Potenzialstudie

CONTRACTING IN DER INDUSTRIE: MARKTVOLUMEN UND MARKTPOTENTIAL

Inhalt der Studie

1	Management Summary	15	3.2.3.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	193
2	Allgemeine Grundlagen	73	3.2.4	Papier- und Druckindustrie	195
2.1	Einleitung	73	3.2.4.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	195
2.2	Methodik	75	3.2.4.2	Status Quo im Contracting	200
2.3	Begriffsdefinitionen	79	3.2.4.3	Anforderungen an das Contracting	205
2.3.1	Contracting	79	3.2.4.4	Vor- und Nachteile von Contracting	208
2.3.2	DIN 8930-5 / Definitionen auf Anbieterseite	80	3.2.4.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	211
2.3.3	Definitionen der Kunden/Nachfrager	82	3.2.4.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	213
2.3.4	Weitere Contractingbegriffe im Markt	83	3.2.5	Kunststoff- und Gummiindustrie	214
2.3.4.1	Anlagen-Contracting	83	3.2.5.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	214
2.3.4.2	Performance-Contracting	83	3.2.5.2	Status Quo im Contracting	220
2.3.4.3	Intracting: Verwaltungsinternes Contracting	84	3.2.5.3	Anforderungen an das Contracting	225
2.3.4.4	Betriebsführungs-Contracting	85	3.2.5.4	Vor- und Nachteile von Contracting	227
2.3.4.5	Voll-Contracting	86	3.2.5.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	229
2.3.4.6	Engineering-Contracting	86	3.2.5.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	230
2.3.4.7	Beteiligungs-Contracting	86	3.2.6	Lebensmittel- u. Getränkeindustrie	231
2.3.4.8	Bau-Contracting	87	3.2.6.1	Ausgangssituation u. Besonderheiten	231
2.3.5	Contracting vs. Outsourcing	87	3.2.6.2	Status Quo im Contracting	236
2.3.6	Zusammenfassung d. Contracting-Varianten	88	3.2.6.3	Anforderungen an das Contracting	242
2.4	Rahmenbedingungen	88	3.2.6.4	Vor- und Nachteile von Contracting	245
2.4.1	Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	89	3.2.6.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	247
2.4.2	Rahmenbedingungen i. d. Industrie	95	3.2.6.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	249
2.4.3	Rahmenbedingungen im Contracting - Umfeld	98	3.2.7	Fahrzeug- und Maschinenbau	250
2.4.4	Ausgewählte rechtliche Grundlagen	104	3.2.7.1	Ausgangssituation u. Besonderheiten	250
2.4.5	Umweltaspekte, Kyoto-Protokoll, Emissionshandel	105	3.2.7.2	Status Quo im Contracting	262
3	Anwenderanforderungen	112	3.2.7.3	Anforderungen an das Contracting	268
3.1	Marktanforderungen i. d. Industrie	112	3.2.7.4	Vor- und Nachteile von Contracting	270
3.1.1	Status quo im Contracting	115	3.2.7.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	272
3.1.2	Anforderungen an das Contracting	121	3.2.7.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	273
3.1.3	Vor- u. Nachteile von Contracting	124	3.2.8	Weitere Industrien	274
3.1.4	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	127	4	Anwendungsbeispiele in der Industrie	279
3.1.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	128	4.1	Energieliefer-Contracting	279
3.2	Anforderungen einzelner Industriezweige	130	4.1.1	Stromerzeugungsanlagen	279
3.2.1	Chemie- und Pharmaindustrie	130	4.1.2	(Prozess-)Wärmeerzeugungsanlagen	281
3.2.1.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	130	4.1.3	(Prozess-)Dampferzeugungsanlagen	286
3.2.1.2	Status Quo im Contracting	140	4.1.4	Druckluftanlagen	290
3.2.1.3	Anforderungen an das Contracting	145	4.1.5	Abwasserentsorgung/-aufbereitung	293
3.2.1.4	Vor- und Nachteile von Contracting	148	4.1.6	Reststoff- und Abfallentsorgung/-aufbereitung	295
3.2.1.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	152	4.1.7	Contracting v. Beleuchtungsanlagen	296
3.2.1.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	153	4.1.8	Contracting von Kälteanlagen	298
3.2.2	Metall- und Stahlindustrie	154	4.1.9	Technische Gase	301
3.2.2.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	154	4.2	Einspar-Contracting	302
3.2.2.2	Status Quo im Contracting	162	4.3	Technisches Anlagenmanagement	303
3.2.2.3	Anforderungen an das Contracting	168	4.4	Facility Management	304
3.2.2.4	Vor- und Nachteile von Contracting	171	5	Ausgewählte Technologien i. d. dezentralen Energieerzeugung	310
3.2.2.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	174	5.1	Konventionelle, Neue und KWK-Technologien	310
3.2.2.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Erzeugungsformen	175	5.1.1	Dampfanlagen	311
3.2.3	Glas-, Keramikindustrie und Verarbeitung von Steinen u. Erden	177	5.1.2	GuD-Kraftwerke	312
3.2.3.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	177	5.1.3	Gasturbinenanlagen mit Wärmerückgewinnung	315
3.2.3.2	Status Quo im Contracting	184	5.1.4	Cheng-Cycle / STIG	315
3.2.3.3	Anforderungen an das Contracting	187	5.1.5	BHKW	317
3.2.3.4	Vor- und Nachteile von Contracting	190	5.1.6	Diesel- und Gasmotoren	321
3.2.3.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	192	5.1.7	Dampfkolbenmotor	321

5.1.8	ORC-Prozess	324	7.3.2	EAM EnergiePlus GmbH	423	9.3.4	Fokussierung	547
5.1.9	Stirlingmotor	325	7.3.3	Elyo AG & Co. KG	426	9.3.5	Partnering	550
5.1.10	Inverse Gasturbinen	326	7.3.4	EnBW Energy Solutions GmbH	428	9.3.6	Multi Utility	554
5.1.11	Brennstoffzelle	327	7.3.5	E.ON Energy Projects GmbH	431	9.3.7	Strategieoptionen f. unabhängige Contractoren	557
5.1.12	Mikroturbine	332	7.3.6	EVO AG	434	9.3.8	Strategieoptionen für Tochterunternehmen großer EVU	559
5.2	Brennwerttechnik	334	7.3.7	EWE AG	436	9.3.9	Strategieoptionen für regionale bzw. lokale EVU	562
5.3	Technologien zur Nutzung erneuerbarer Energien	336	7.3.8	G.A.S. Energietechnologie GmbH	438	9.3.10	Strategieoptionen bei Industriekunden	564
5.3.1	Biomasseanlagen	336	7.3.9	GA-tec Gebäude- u. Anlagentechnik GmbH	441	9.4	Strategieoptionen der Industrie als Contracting-Nehmer	565
5.3.2	Solarthermische Anlagen / Photovoltaik	345	7.3.10	GETEC AG	444			
5.4	Kennzahlen und Vergleich	352	7.3.11	Gesellschaft für wirtschaftliche Energieversorgung mbH (GWE)	447			
6	Markt u. Marktszenarien für das Contracting in der Industrie	359	7.3.12	HARPEN Energie Contracting GmbH	450			
6.1	Einleitung: Erläuterungen zur Methodik	360	7.3.13	Imtech Deutschland GmbH & Co. KG	452	10	Ausgestaltung und Vermarktung von Contracting in der Industrie	570
6.1.1	Darstellung verschiedener Szenarien	362	7.3.14	InfraServ GmbH & Co. KG	455	10.1	Produktgestaltung	570
6.1.2	Methodik	363	7.3.15	LGM Energie GmbH	459	10.1.1	Leistungsbestandteile	570
6.2	Grundannahmen und Prämissen	366	7.3.16	MVV Energie AG	462	10.1.2	Einstiegspakete	574
6.2.1	Annahmen für alle Szenarien	366	7.3.17	NGT Neue Gebäudetechnik GmbH	465	10.1.3	Teilcontracting	574
6.2.2	Szenariospezifische Annahmen	368	7.3.18	proenergy Contracting GmbH & Co. KG	467	10.1.4	Vollcontracting	575
6.2.2.1	Industriespezifische Annahmen für Szenario 1	372	7.3.19	RWE Energie AG	469	10.1.5	Bundling	576
6.2.2.2	Industriespezifische Annahmen für Szenario 2	373	7.3.20	Saar Energie AG	473	10.1.6	Individualisierung v. Contracting-Paketen	577
6.2.2.3	Industriespezifische Annahmen für Szenario 3	375	7.3.21	Siemens Building Technologies GmbH & Co. KG	478	10.2	Finanzplanung im Contracting	577
6.3	Markt und Marktentwicklung im Contracting in der Industrie	377	7.3.22	Stadtwerke Düsseldorf AG	481	10.2.1	Planungsgrößen	578
6.3.1	Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010	378	7.3.23	STEAG Energie-Contracting GmbH (SEC)	484	10.2.2	Einflussfaktoren	579
6.3.2	Der Markt für Contracting in der Industrie 2003	383	7.3.24	swb Services GmbH	487	10.2.3	Planungstechnik Szenarioanalyse	580
6.3.3	Der Markt für Contracting in der Industrie 2004	385	7.3.25	Techem Energy Contracting GmbH	489	11	Ausblick	582
6.3.3.1	Der Markt nach Branchen	388	7.3.26	URBANA Fernwärme GmbH	492	11.1	Entwicklung in der Energiewirtschaft: Wettbewerb, Liberalisierung und zentrale vs. dezentrale Erzeugung	582
6.3.3.2	Der Markt nach Contracting-Art	389	7.3.27	Vattenfall Europe Contracting GmbH	494	11.1.1	Ausblick: Erzeugungskapazitäten 2020	584
6.3.3.3	Markt- und Anlagenpotenziale	392	8	Trends, Chancen und Risiken	499	11.1.2	Entwicklung im Contracting	585
6.3.3.4	Marktdurchdringung von Contracting	393	8.1	Trends	499	11.2	Entwicklung in der Industrie	586
6.3.4	Der Markt für Contracting in der Industrie 2005	396	8.1.1	Kundentrends	499	12	Weiteres Vorgehen / Praxistipps	590
6.3.4.1	Gesamtmarkt (3 Szenarien)	396	8.1.1.1	Chemie- und Pharmaindustrie	501	12.1	Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren	590
6.3.4.2	Der Markt nach Branchen	397	8.1.1.2	Metall- und Stahlindustrie	502	12.2	Business-Case-Planung: Bestimmung von Absatzmarktpotenzialen	600
6.3.4.3	Der Markt nach Contracting-Art	398	8.1.1.3	Glas-, Keramikindustrie u. Verarbeitung von Steinen und Erden	504	12.3	Leitfaden zur Auswahl von Contracting-Angeboten	604
6.3.5	Der Markt für Contracting in der Industrie 2010	399	8.1.1.4	Papier- und Druckindustrie	505	12.4	Ausschreibung	611
6.3.5.1	Gesamtmarkt (3 Szenarien)	399	8.1.1.5	Kunststoff- und Gummiindustrie	506	12.5	Checkliste: Anforderungskatalog	615
6.3.5.2	Der Markt nach Branchen	400	8.1.1.6	Lebensmittel- und Getränkeindustrie	507	12.6	Aspekte der Vertragsgestaltung	616
6.3.5.3	Der Markt nach Contracting-Art	400	8.1.1.7	Fahrzeug- und Maschinenbau	508			
6.3.6	Der Markt für Contracting in der Industrie 2015	401	8.1.2	Wettbewerbstrends	511			
6.3.6.1	Gesamtmarkt (3 Szenarien)	401	8.1.3	Markttrends	513			
6.3.6.2	Der Markt nach Branchen	402	8.1.4	Produktrends	515			
6.3.6.3	Der Markt nach Contracting-Art	403	8.1.5	Strategietrends	517			
6.3.7	Ausblick: Der Markt für Contracting in der Industrie 2020	403	8.1.6	Technologietrends	519			
7	Wettbewerb und Anbieter	405	8.1.7	Trends in Österreich	521			
7.1	Wettbewerb i. d. Energiewirtschaft	405	8.2	Chancen und Risiken	522			
7.2	Wettbewerb im Contracting	411	8.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger	522			
7.2.1	Marktstruktur im Contracting	411	8.2.2	Chancen und Risiken für Contracting-Dienstleister	525			
7.2.1.1	Überblick und Strukturdaten	411	8.2.3	Chancen und Risiken für die Industrieunternehmen	527			
7.2.1.2	Strukturdaten zum Umsatz	412	9	Strategien	530			
7.2.1.3	Typen von Wettbewerbern	413	9.1	Einleitung und Strategiedefinition	530			
7.2.1.4	Spezialisten für Industrieunternehmen	414	9.2	Strategieoptionen a. Contractoren-Seite	532			
7.2.2	Produkt-Kundenkombinationen	415	9.2.1	Übersicht der möglichen Strategieoptionen	533			
7.2.3	Erfolgsfaktoren	416	9.3	Querschnittsstrategien	536			
7.3	Ausgewählte Wettbewerber und Anbieter	420	9.3.1	Die Basis: Kundenwertanalyse	536			
7.3.1	Dalkia Energie Service GmbH	420	9.3.2	First Mover	540			
			9.3.3	Marken und Produkte	544			

Die Studie umfasst 620 Seiten. Durch die laufende Bearbeitung und Aktualisierung der Studie können sich sowohl Seitenzahlen als auch einzelne Punkte leicht verändern.

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 Potenzialstudie (Nr.07-12011) **»Contracting in der Industrie«** zum Preis von **EUR 4.600,00** und zusätzl. Kopien **(je EUR 300,00)**
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir sind als Industrieunternehmen an einer Anwenderversion der Studie (ohne Kapitel 6 und 8) interessiert. Bitte rufen Sie uns diesbezüglich an.
- Wir möchten an der Endpräsentation am 26. April 2005 teilnehmen. Die Teilnahme ist für Studienkäufer kostenlos.
- Wir sind an einer differenzierteren Betrachtung des Contracting-Marktes interessiert in der Region:

Bitte rufen Sie uns diesbezüglich an.

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 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 08-03002

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.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren EVU und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.



KONDITIONEN

Die Potenzialstudie »Contracting in der Industrie« kostet 4.600,00 EUR (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 300,- 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 weiterer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10 % Mengenrabatt. Die Studie ist ab sofort verfügbar.



VERANSTALTUNG ZUR STUDIE

In einer halbtägigen Endpräsentation werden am 26. April 2005 ausgewählte Ergebnisse der Studie präsentiert und diskutiert. Hierbei werden die aus der Befragung gewonnenen Erkenntnisse direkt vermittelt und kritisch zur Diskussion gestellt, so dass eigene Schlussfolgerungen für das praktische Vorgehen abgeleitet werden können. Die Teilnahme ist für Studienkäufer kostenlos.



WEITERE STUDIEN

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

- Der Markt für Contracting in Österreich bis 2010**, 01/05, 600 S., EUR 4.900,00
- Contracting im Krankenhaus**, 06/04, 504 S., EUR 3.400,00
- Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft**, 03/04, 530 S., EUR 3.400,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 05/03, 600 S., EUR 5.500,00
- Contracting bei Kommunen und öffentlichen Einrichtungen**, 05/05, ca. 500 S., EUR 3.400,00
- Contracting – Marktaufbau und Vertrieboptimierung**, 06/05, ca. 550 S., EUR 4.000,00
- Kraftwerksneubau in Deutschland: Projekte, Potenziale, Chancen und Risiken**, 10/04, 1.092 S., EUR 5.500,00
- Dezentrale Energieerzeugung**, 07/04, 607 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für technische Dienstleistungen**, 01/04, 644 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für Energiedienstleistungen, 2. Aufl.**, 12/03, 780 S., EUR 4.400,00
- Kraftwerke 2020 (in Begleitung des VGB)**, 09/03, 823 S., EUR 8.900,00
- Der Markt für Abrechnungsdienstleistungen in der Energiewirtschaft, 2. Aufl.**, 07/03, 820 S., EUR 3.300,00

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