Erzeugung
Potenzialstudie

Der Markt für Wärmepumpen in Deutschland bis 2020

Potenziale, Technologien, Vertriebsstrategien, Positionierung der Energieversorger

Die aktuell erstellte Studie umfasst **842 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

Vertiefung und Erweiterung der Ergebnisse der Studie „Erneuerbare Energien im Wärmemarkt bis 2020" sowie weiterführende Detailanalysen

- → **Rechtliche Rahmenbedingungen (u.a. EEWärmeG, EnEV)**
- → **Vertriebschancen und -strategien für Wärmepumpen**
- → **Stromtarife von Energieversorgern**
- → **Trends, Chancen und Risiken**
- → **Markt- und Preisprognose bis 2020**
- → **Wettbewerbsentwicklung im Wärmemarkt**
- → **Strategieoptionen für Wärmepumpenhersteller und Energieversorger**

Der Einsatz von Wärmepumpen wird aktuell immer beliebter in Deutschland. Die Anzahl der Wärmepumpen ist in den vergangenen Jahren rasant gestiegen. Dieser Boom wird durch die Ziele der Bundesregierung, den Anteil der Erneuerbaren Energien im Wärmemarkt zu steigern, unterstützt, so dass zukünftig mit weiter steigenden Marktvolumina gerechnet werden kann.

Zudem fördert das verstärkte Engagement von Energieversorgungsunternehmen die Entwicklung des Wärmepumpenmarktes. Die Chancen für Energieversorger, sich in diesem wachsenden Markt zu positionieren, z.B. mit speziellen Tarifen für Wärmepumpenstrom oder der Förderung von Heizungsmodernisierungen werden in der Studie detailliert betrachtet (vgl. Abb. 1).

Darüber hinaus werden Vertriebsstrategien für Wärmepumpenhersteller und Energieversorger, die sich zum Beispiel durch Kooperationen ergeben, analysiert und bewertet.

Vor dem Hintergrund der stark zunehmenden Anzahl von Wärmepumpen untersucht die Studie „Der Markt für Wärmepumpen in Deutschland bis 2020" die Entwicklung des Marktes unter anderem differenziert nach Zielkundengruppen und Größenklassen.

Zudem werden weitere Themen, wie Anwenderanforderungen, Technologien und Innovationen auf der Basis eines umfangreichen Desk Research sowie von 95 Experteninterviews analysiert.

Folgende Fragestellungen werden im Rahmen der Studie u. a. berücksichtigt:

- Welche Chancen für Wärmepumpen ergeben sich aus den neuen rechtlichen Rahmenbedingungen im Wärmemarkt?
- Welche technologischen Entwicklungen gibt es bei Wärmepumpen?
- Wie bewerten die Wärmepumpenhersteller die Bedeutung unterschiedlicher Vertriebswege?
- Wie gestalten sich die Anforderungen der unterschiedlichen Kundengruppen?
- Wie entwickelt sich das Marktvolumen für Wärmepumpen bis 2020?
- Wer sind die führenden Marktteilnehmer und wie entwickelt sich der Wettbewerb zwischen diesen?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich hier für die Wärmepumpenhersteller und Energieversorger?
- Welche Strategien sind für die unterschiedlichen Marktteilnehmer Erfolg versprechend?

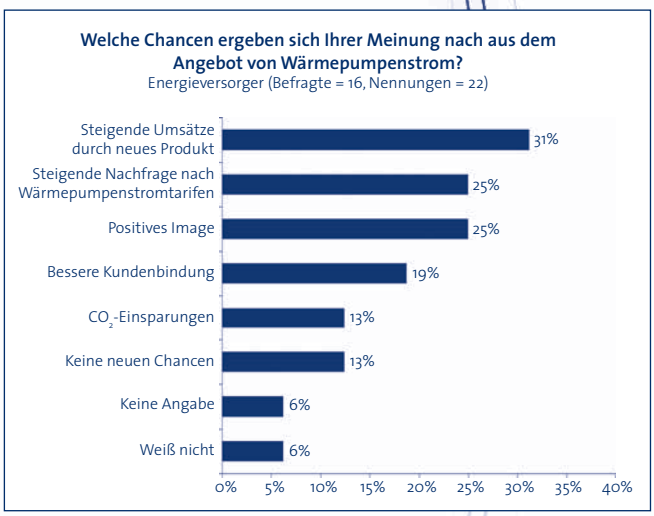

Abbildung 1: Chancen für Energieversorger durch das Angebot für Wärmepumpenstrom

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung
Bremen – Bremerhaven – Köln – Stuttgart

value through information.

Parkstraße 123 · 28209 Bremen
Tel.: 0421 . 43 73 0-0 · Fax: 0421 . 43 73 0-11
www.trendresearch.de · info@trendresearch.de

Der Markt für Wärmepumpen in Deutschland bis 2020

Ziel und Nutzen der Studie

Ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen und vom Status quo analysiert die Studie die zukünftigen Entwicklungen im Markt für Wärmepumpen in Deutschland und untersucht detailliert die Möglichkeiten dieser Technologie. Neben einer quantitativen Analyse der Entwicklung der Wärmeerzeugung und der Marktvolumina wird über die qualitative Darstellung (bspw. Vertriebsstrategien, Wettbewerbsintensität, Anwenderanforderungen) die zukünftige Marktentwicklung bis 2020 abgebildet. Strategieempfehlungen für Hersteller und Energieversorger, abgeleitet aus den dargestellten Trends, Chancen und Risiken, ermöglichen es, die eigene Positionierung zu überprüfen und ggf. neue Strategien daraus abzuleiten.

Methodik

trend**:research** setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) fließen in die Potenzialstudie 95 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Hersteller von Wärmepumpen
- Energie- und Wärmeversorger
- Energieberater
- (potenzielle) Zielkunden (privat, gewerblich, kommunal)
- Weitere Experten

Die Studie greift auf die Erkenntnisse der Studie „Erneuerbare Energien im Wärmemarkt bis 2020“ zurück und bietet somit eine vertiefende Analyse des Wärmepumpenmarktes vor dem Hintergrund der Entwicklung der Erneuerbaren Energien im Wärmemarkt.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Heizungsherstellern sowie weiteren Marktteilnehmern, wie Wärmeversorgern oder Komponentenherstellern die zukünftigen Potenziale des deutschen Marktes für Wärmepumpen besser einschätzen und die eigenen Marktstrategien bzw. die eigenen Ressourcenplanungen den zukünftigen Entwicklungen anpassen zu können.

Der Nutzen ergibt sich sowohl für Vorstände und Geschäftsführung als auch für Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Vertrieb- und Marketingabteilungen.

Inhalt der Studie

0 Executive Summary 20

1 Management Summary 24

2 Allgemeine Grundlagen 81
2.1 Einleitung 81
2.2 Aufbau und Methodik 83
2.3 Ziele und Nutzen der Studie 89
2.4 Abgrenzung 90
2.5 Begriffsdefinitionen 90
2.6 Überblick über aktuelle Studien zu Wärmepumpen 94

3 Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren im Wärmemarkt 97
3.1 Energiewirtschaftliche und -politische Rahmenbedingungen 98
3.1.1 Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger 98
3.1.1.1 Erdgas 98
3.1.1.2 Heizöl 100
3.1.2 Markt- und Preisentwicklung erneuerbarer Technologien 102
3.1.2.1 Biogas 104
3.1.2.2 Biomasseheizungen (Hackschnitzel, Pellets, Stückholz) 108
3.1.2.3 Solarthermie 111
3.1.2.4 Tiefe Geothermie 114
3.1.2.5 Photovoltaik 119
3.1.2.6 Windenergie 121
3.1.3 Fernwärmemarkt 125
3.1.4 Anforderungen an die Wärmeversorgung: Markt vs. Politik 129
3.1.4.1 Erhöhung des Anteils regenerativer Energien 131
3.1.4.2 CO_2-Minderungsziele 132
3.1.4.3 Nationales Energiekonzept 139
3.1.4.4 Modernisierungsstau bei Heizanlagen 144
3.2 Rechtliche Rahmenbedingungen 147
3.2.1 Europäische Richtlinien 147
3.2.1.1 EG-Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden 147
3.2.1.2 EG-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen 149
3.2.2 Deutsche Verordnungen und Gesetze 152
3.2.2.1 Energieeinsparverordnung (EnEV)/Energieausweis 152
3.2.2.2 Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) 155
3.2.2.3 Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) 158
3.2.2.4 Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG) 166
3.2.2.5 Heizkostenverordnung (HeizkostenV) 170
3.2.2.6 Beispiele für regionale/lokale Verordnungen 173
3.3 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 175
3.3.1 Gesamtkonjunktur in Deutschland 175
3.3.2 Konjunktur- und Strukturdaten 176
3.3.2.1 Auswirkungen der Finanzkrise 176
3.3.2.2 Konjunkturentwicklung in der Bauwirtschaft 178
3.3.2.3 Strommarkt 180
3.3.3 Förderprogramme 185
3.3.3.1 Marktanreizprogramm (MAP)/BAFA-Förderung 185
3.3.3.2 Regionale Förderprogramme 190
3.3.3.3 Energetische Städtebausanierung 195

4 Status quo der Wärmeerzeugung in Deutschland 197
4.1 Übersicht 197
4.2 Bestand der stationären Wärmeerzeuger in Deutschland 199
4.2.1 Gasheizungen 205
4.2.2 Ölheizungen 207
4.2.3 Mikro-/Mini-KWK-Anlagen 211
4.2.4 Anlagen mit Erneuerbaren Energien 213
4.2.4.1 Biomasseanlagen 216
4.2.4.2 Solarthermische Anlagen 219
4.2.4.3 Wärmepumpen 222
4.2.4.3.1 Luft-Wasser 224
4.2.4.3.2 Sole-Wasser 224
4.2.4.3.3 Wasser-Wasser 224
4.3 Wärmeerzeugung in Nah- und Fernwärmenetzen 225
4.3.1 KWK-Anlagen 231
4.3.2 Heizwerke 232
4.3.3 Abwärmenutzung aus industriellen Anlagen 233
4.3.4 Erneuerbare Energien in Wärmenetzen 236
4.3.4.1 Biogasanlagen 236
4.3.4.2 Biomasseheiz(kraft)werke 239
4.3.4.3 Holzpellets 244
4.3.4.4 Pflanzenöl-Anlagen 245
4.3.4.5 Tiefe Geothermische Anlagen 246
4.3.4.6 Solarthermie 251

5 Technologien im Markt für Wärmepumpen 253
5.1 Allgemeines 253
5.2 Bauarten und Aufbau von Wärmepumpen 255
5.2.1 Kompressionswärmepumpe 255
5.2.2 Absorptionswärmepumpe 257
5.2.3 Adsorptionswärmepumpe 258
5.3 Komponenten 261
5.3.1 Wärmetauscher 262
5.3.1.1 Verdampfer 262
5.3.1.2 Verflüssiger 263
5.3.1.3 Bauarten 263
5.3.2 Verdichter 268
5.3.3 Expansionsventil 269
5.3.4 Wärmepumpen-Arbeits-/Kältemittel 270
5.4 Typen von Wärmepumpen 271
5.4.1 Luft/Wasser-Wärmepumpen 272
5.4.2 Sole/Wasser-Wärmepumpen 275
5.4.3 Wasser/Wasser-Wärmepumpen 281
5.4.4 Abwasserwärmepumpen 285
5.4.5 Warmwasserwärmepumpen 287
5.4.6 Luft/Luft-Wärmepumpen 287
5.5 Planung und Installation 291
5.6 Anwendungsbereiche 297
5.6.1 Heizen 297
5.6.1.1 Raumheizung 297
5.6.1.2 Warmwasseraufbereitung 304
5.6.2 Kühlen/Klimatisierung 305
5.6.3 Weitere 307
5.7 Neuentwicklung/Innovationen im Bereich Wärmepumpe 313
5.7.1 Befragungsergebnisse 313
5.7.2 Neue Produkte und Technologien 315
5.7.2.1 Modulierende Wärmepumpe/Inverter 315
5.7.2.2 Gas-Wärmepumpen 316
5.7.2.3 Reversible Wärmepumpen 320
5.7.2.4 Bivalente Betriebsweisen/Hybrid-Wärmepumpen 321
5.7.2.5 Energiezaun 327
5.7.2.6 Erdwärmekörbe 328
5.7.2.7 CO_2-Sonde 329
5.7.2.8 Möglichkeit zur Effizienzsteigerung durch Bestimmung des Wärmekoeffizienten des Untergrundes 330

6 Positionierung von Energieversorgern 333
6.1 Übersicht 333
6.2 Sondertarife für Wärmepumpen (Wärmestrom) 334
6.2.1 Preis- und Tarifgestaltung 335
6.2.2 Sperrzeiten 341
6.2.3 Stromtarifangebote im eigenen Versorgungsgebiet 342
6.2.4 Überregionales Angebot von Wärmestrom 345
6.3 Förderung des Heizungsaustausches 347
6.3.1 Prämien für die Investition in Wärmepumpen 349
6.3.2 Leistungsabhängige Förderung 350
6.3.3 „Abwrackprämien“ für alte Heizungen 350
6.4 Angebot von Beratungsleistungen 351
6.5 Kooperationen mit Wärmepumpenherstellern 362
6.6 Einbau und Ablesung von zusätzlichen Zählern 363
6.7 Chancen und Risiken des Angebots von Wärmestrom 366

7 Wärmepumpen in ausgewählten europäischen Ländern 370
7.1 Frankreich 372
7.1.1 Überblick Wärmemarkt 372
7.1.2 Rahmenbedingungen 372
7.1.3 Status quo 374
7.1.4 Marktentwicklung/Potenziale 375

7.2 Großbritannien 375
7.2.1 Überblick Wärmemarkt 375
7.2.2 Rahmenbedingungen 376
7.2.3 Status quo 377
7.2.4 Marktentwicklung/Potenziale 378
7.3 Italien 378
7.3.1 Überblick Wärmemarkt 378
7.3.2 Rahmenbedingungen 379
7.3.3 Status quo 379
7.3.4 Marktentwicklung/Potenziale 381
7.4 Österreich 382
7.4.1 Überblick Wärmemarkt 382
7.4.2 Rahmenbedingungen 394
7.4.3 Status quo 396
7.4.4 Marktentwicklung/Potenziale 397
7.5 Schweiz 397
7.5.1 Überblick Wärmemarkt 397
7.5.2 Rahmenbedingungen 403
7.5.3 Status quo 404
7.5.4 Marktentwicklung/Potenziale 407
7.6 Schweden 407
7.6.1 Überblick Wärmemarkt 407
7.6.2 Rahmenbedingungen 409
7.6.3 Status quo 410
7.6.4 Marktentwicklung/Potenziale 412

8 Anwenderanforderungen und -beispiele 415
8.1 Anforderungen von (potenziellen) Kunden (privat, gewerblich, kommunal) 415
8.1.1 Preis-Leistungsverhältnis 421
8.1.2 Serviceleistungen 424
8.1.3 Fördermöglichkeiten 426
8.1.4 Tarife (z. B. Stromtarif) 427
8.1.5 Zuverlässigkeit 429
8.1.6 Weitere Anforderungen 431
8.1.7 Gründe für den Wechsel der Heizungstechnologie 433
8.1.8 Effizienzsteigerungspotenziale durch Modernisierung/Sanierung oder Erneuerung der Wärmeerzeugung 440
8.2 Anforderungen von Handwerken und Installateuren 446
8.2.1 Informationen der Hersteller (z. B. Schulungen) 447
8.2.2 Kompatibilität mit bestehenden Heizungssystemen 449
8.2.3 Lieferbedingungen der Hersteller 450
8.2.4 Weitere Anforderungen 451
8.3 Anforderungen von Energieberatern 451
8.3.1 Effizienz der Wärmepumpe 454
8.3.2 Informationen der Hersteller (z. B. Schulungen) 455
8.3.3 Weitere 456
8.4 Anwendungsbeispiele 457
8.4.1 Privatkunden 457
8.4.2 Gewerbekunden 459

9 Vertrieb von Wärmepumpen 465
9.1 Vertriebsorganisation 465
9.1.1 Aufbauorganisation 466
9.1.2 Ablauforganisation 475
9.1.3 Projektorganisation 477
9.2 Vertriebsprozesse 482
9.2.1 Potenzialanalyse und Identifikation von potenziellen Kunden 483
9.2.2 Erstkundenkontakt 487
9.2.3 Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse 489
9.2.4 Angebotsphase 490
9.2.5 Lieferung und After-Sales-Service 491
9.3 Vertriebsgestaltung 492
9.3.1 Struktur der Verkaufsorganisation 493
9.3.2 Vertriebskanäle Wärmepumpen 494
9.3.2.1 Handwerksbetriebe/Installationsfachbetriebe 495
9.3.2.2 Großhandel/Handel 496
9.3.2.3 Cross-Selling (z. B. Wärmepumpe/Photovoltaik) 497
9.3.2.4 Kooperationen, Partnering (z. B. zwischen Wärmepumpenhersteller und Energieversorger) 499
9.3.2.5 Lizenznehmer 507
9.3.2.6 Eigene Vertriebsstruktur/eigene Projektabwicklung 508
9.3.2.7 Messen, Veranstaltungen und Events 510
9.3.2.8 Internet 511
9.3.2.9 Zusammenfassung 513
9.4 Kundenorientierung 514
9.4.1 Kundengruppen 515
9.4.2 Kundenzufriedenheit 519
9.4.3 Kundensegmentierung – Ausrichtung der Absatzwege an Marktsegmente 523
9.4.4 Kundenwertanalyse 527
9.5 Vertriebscontrolling 531
9.5.1 Anforderungen an ein Vertriebscontrolling 531
9.5.2 Instrumente des Vertriebscontrollings 532

10 Marktprognose bis 2020 536
10.1 Einleitung 536
10.1.1 Ziele 536
10.1.2 Methodik 537
10.1.2.1 Szenarioanalyse 539
10.1.2.2 Übersicht über die Szenarien 539
10.1.2.3 Marktmodell 541
10.2 Grundannahmen und Prämissen 543
10.2.1 Grundannahmen 543
10.2.1.1 Demografische Entwicklung 543
10.2.1.2 Gesamtkonjunkturentwicklung 549
10.2.1.3 Klimaentwicklung 550
10.2.2 Szenariospezifische Prämissen 551
10.2.2.1 Entwicklung relevanter Gesetzgebung/Förderung 551
10.2.2.2 Preisentwicklung fossiler Energieträger 555
10.2.2.3 Stromtarife für Wärmepumpen/Positionierung der Energieversorger 556
10.2.2.4 Entwicklung konkurrierender Erneuerbarer Energien 559
10.2.2.5 Neubauraten (Entwicklung im Immobilienneubau) 562
10.2.2.6 Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen 564
10.2.2.7 Entwicklung der Dämmtechnik 566
10.2.2.8 Technologischen Entwicklung bei Wärmepumpen 567
10.2.2.9 Umweltbewußtsein/ Bedeutung von ökologischem Bauen 568
10.3 Markt- und Preisentwicklung von Wärmepumpen bis 2020 570
10.3.1 Anzahl und installierte Leistung 570
10.3.1.1 ... nach Technologien 570
10.3.1.2 ... nach Zielkundengruppen 580
10.3.1.3 ... nach Größenklassen 585
10.3.2 Preisentwicklung bei Wärmepumpen 590
10.3.3 Marktvolumen Wärmepumpen in Mio. EUR 593
10.4 Exkurs: Gaswärmepumpe 595
10.5 Zusammenfassung 596

11 Wettbewerb 599
11.1 Wettbewerbsstrukturen 599
11.1.1 Wettbewerbsebenen 599
11.1.1.1 Wettbewerb der Wärmepumpe gegenüber sonstigen Erneuerbaren Energien 602
11.1.1.2 Marktebenen im Wärmepumpenmarkt 604
11.1.2 Marktteilnehmer 607
11.1.3 Teilmärkte nach Wertschöpfungsstufen 621
11.1.4 Entwicklung des Wettbewerbs 624
11.1.5 Wettbewerbsintensität 625
11.1.6 Erfolgsfaktoren und Markteintrittsbarrieren 628
11.2 Unternehmensprofile ausgewählter Marktakteure 630
11.2.1 Heizungs- und Wärmepumpenhersteller 630
11.2.1.1 Aermec 630
11.2.1.2 Airwell (Deutschland) 634
11.2.1.3 Alpha InnoTec (Deutschland) 637
11.2.1.4 August Brötje 641
11.2.1.5 Beglau Wärmepumpen 645
11.2.1.6 Bosch Thermotechnik (Buderus/Junkers) 648
11.2.1.7 Carl Capito Heiztechnik GmbH 653
11.2.1.8 Daikin Airconditioning Germany 657
11.2.1.9 Danfoss 660
11.2.1.10 Glen Dimplex Deutschland 664
11.2.1.11 Güstrower Wärmepumpentechnik 668
11.2.1.12 Heliotherm Wärmepumpentechnik 671
11.2.1.13 Hoval Deutschland 674
11.2.1.14 Mitsubishi Electric Europe 678
11.2.1.15 NIBE Systemtechnik 682
11.2.1.16 Novelan 685
11.2.1.17 OCHSNER Wärmepumpen GmbH 685
11.2.1.18 Stiebel Eltron 689
11.2.1.19 Vaillant Deutschland 693
11.2.1.20 Viessmann Werke 700
11.2.1.21 Wolf 705

12 Trends, Chancen und Risiken 711
12.1 Trends 712
12.1.1 Trends aus Wettbewerbersicht (Befragungsergebnisse) 712
12.1.2 Markttrends 715
12.1.3 Technologietrends 717
12.1.4 Wettbewerbstrends 718
12.2 Chancen und Risiken 719
12.2.1 Für Wärmepumpenhersteller 719
12.2.2 Für Heizungshersteller 721
12.2.3 Für Wärmeversorger 723

13 Strategien 729
13.1 Einleitung und Strategiedefinition 730
13.2 Optionen zur Strategiefindung 733
13.3 Strategieentwicklung anhand der Analyse der Wertschöpfungskette 738
13.4 Strategien für 741
13.4.1 ... Wärmepumpenhersteller 741
13.4.1.1 Produktportfoliostrategien 742
13.4.1.1.1 Innovation 742
13.4.1.1.2 Produktveredelung 744
13.4.1.1.3 Steigerung der Marke und des Images 746
13.4.1.1.4 Erweiterung der Sortimentsbreite 748
13.4.1.1.5 Spezialisierung/Nischenstrategie 750
13.4.1.1.6 Unternehmenskäufe/Fusionen 751
13.4.1.1.7 Befragungsergebnisse Produktportfolio 752
13.4.1.2 Preisstrategien 754
13.4.1.2.1 Preisführerschaft 755
13.4.1.2.2 Premiumpreis 757
13.4.1.3 Distributionsstrategien 758
13.4.1.3.1 Zentraler Vertrieb 759
13.4.1.3.2 Vertrieb über eigene Niederlassungen/Service-Center 760
13.4.1.3.3 Vertriebspartner 762
13.4.1.3.4 Konzentration auf eine Region 763
13.4.1.3.5 Einstieg in internationale Märkte 765
13.4.2 ... Energie- und Wärmeversorger 766
13.4.2.1 Vertrieb von Wärmepumpen (mit Kooperationspartnern) 766
13.4.2.2 Anlagen-Contracting 768
13.4.2.3 Pilotprojekte und Feldversuche (z. B. in Kombination mit virtuellen Kraftwerken) 769
13.4.2.4 Vermittler- und Beraterrolle 770
13.4.2.5 Finanzierungsangebot 771
13.4.3 Kooperationen zwischen Marktteilnehmern 772
13.5 Kriterienbasierte Bewertung der dargestellten Strategieoptionen 776
13.6 Zusammenfassung 780

14 Ausblick 783
14.1 Entwicklungen in der Energiewirtschaft nach 2020 784
14.2 Entwicklung im Wärmemarkt nach 2020 790
14.3 Entwicklungen bei Wärmepumpen bei 2020 795

15 Praxistipps 799
15.1 Checkliste beim Einbau einer Wärmepumpe 800
15.1.1 Anbieterauswahl 800
15.1.2 Anlagenauslegung 801
15.2 Checklisten zur Marktpositionierung 803
15.2.1 Checkliste: Anforderungen an Hersteller von Wärmepumpen 804
15.2.2 Checkliste zur Auswahl von Kooperationspartnern 806
15.2.3 Checkliste: Differenzierung im Wettbewerb 810
15.3 Business-Case-Planung: Vorgehensweise zur Bestimmung regionaler Potenziale 812

16 Abbildungsverzeichnis 817

17 Tabellenverzeichnis 839

Die Studie umfasst 842 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung können sich Inhalte sowie Seitenzahlen noch leicht ändern.

www.trendresearch.de

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. 12-0180)
»Der Markt für Wärmepumpen in Deutschland bis 2020«
zum Preis von EUR 4.200,00
und ⌊__⌋ zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)

- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

○ Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.

○ Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **2010** zu.

○ Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **Erzeugung** zu.

○ Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:**research**.

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

○ nein — Wir sind damit einverstanden, von trend:**research** per E-Mail den Newsletter zu erhalten.

○ nein — Wir sind damit einverstanden, von trend:**research** per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.

Datum Unterschrift/Stempel **13-1109-333/JGa**

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 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.

Konditionen

Die Potenzialstudie **»Der Markt für Wärmepumpen in Deutschland bis 2020«** kostet EUR 4.200,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,- 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** verfügbar.

Weitere Studien

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

- ○ **Erneuerbare Energien im Wärmemarkt bis 2020 (2. Auflage)**
  geplant, ca. 1.200 Seiten, EUR 5.900,00
- ○ **Contracting und weitere Energiedienstleistungen in Österreich bis 2020 (2., überarbeitete und erweiterte Auflage)**
  November 2010 (in Bearbeitung), ca. 1.000 Seiten, EUR 5.900,00
- ○ **Der Markt für Ökostrom und Ökogas bis 2015 (4. Auflage)**
  November 2010 (in Bearbeitung), ca. 900 Seiten, EUR 4.400,00
- ○ **Mikro-KWK**
  Juni 2010, 1.180 Seiten, EUR 5.500,00
- ○ **Energiedienstleistungen bis 2020 (4. Auflage)**
  geplant, ca. 800 Seiten, EUR 5.200,00
- ○ **Gasnetze in Deutschland**
  Oktober 2010, 902 Seiten, EUR 4.200,00
- ○ **Wärmemarkt Deutschland (2.Auflage)**
  Februar 2010, 1.478 Seiten, EUR 5.500,00
- ○ **Der Markt für Holzpellets in Deutschland bis 2020**
  November 2010, 982 Seiten, EUR 3.500,00
- ○ **Biogas in Europa bis 2020 (2., überarbeitete und erweiterte Auflage)**
  August 2010, 1.249 Seiten, EUR 7.500,00
- ○ **Bioenergie-Contracting (2., überarbeitete und erweiterte Auflage)**
  April 2010, 1.218 Seiten, EUR 4.500,00
- ○ **Smart Home 2.0 – Intelligente Mess- und Kommunikationssysteme in Gebäudetechnik und Energiewirtschaft**
  Juli 2010, 1.420 Seiten, EUR 4.900,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
©trend:**research**, 2010

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung
● Bremen ● Bremerhaven ● Köln ● Stuttgart

● trend:**research** GmbH ● HRB 19961 AG Bremen ● Parkstraße 123 ● 28209 Bremen ● Tel.: 0421 . 43 73 0-0 ● Fax: 0421 . 43 73 0-11 ● www.trendresearch.de ● info@trendresearch.de ● Deutsche Bank ● Sparkasse Bremen ● IBAN DE47 2907 0024 0239 0839 00 ● IBAN DE77 2905 0101 0008 0284 09 ● BIC DEUTDEDBBRE ● BIC SBREDE22XXX