



Wärmemarkt Deutschland (2. Auflage)

Status quo und Anforderungen der Kunden, Vertriebs- und Marketingoptionen, Marktentwicklung bis 2020

Die aktuell erstellte Studie umfasst **1.478 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

trend:research.de

- Novellierte und neue rechtliche Rahmenbedingungen (z.B. EEWärmeG, IKEP)
- Handlungsfelder Vertrieb, Produktentwicklung und Marketing
- Brennstoffe, Technologien, Innovationen, Substitutionswettbewerb
- Differenzierte Kundenanalyse von Privathaushalten, Gewerbe/Handel/Dienstleistungen, Industrie und Kommunen
- Marktvolumen, und -entwicklung in Deutschland Trends, Chancen und Risiken
- Wettbewerbsanalyse, -profile

Der Wärmemarkt in Deutschland wandelt sich: Standen die Wärmenutzer bis vor wenigen Jahren häufig nur vor der Frage „Erdgas oder Heizöl?“, steht heute eine große Auswahl an Brennstoffen/Medien für die Wärmeversorgung zur Verfügung.

Somit haben sich auch die Rahmenbedingungen für Wärmeversorger und Heizungshersteller wesentlich verändert. Der Substitutionswettbewerb ist intensiver geworden und wird sich noch weiter verstärken (vgl. Abbildung 1).

Die Stammstudie „Wärmemarkt Deutschland (2. Auflage)“ bietet einen umfassenden Überblick über alle bedeutenden Technologien, Produkte und Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketingfelder (vgl. z.B. Abbildung 2: Kommunikationsinstrumente).

Die Studie untersucht auf Basis von fast 100 Experteninterviews mit Anlagenbauern, Technologie-, Dienstleistungs- und Contracting-Anbietern sowie Zielkundengruppen wie z.B. Industrieunternehmen, wie der Wärmemarkt in Bezug auf Angebot, Nachfrage, Marktvolumen sowie zukünftigen Entwicklungen strukturiert ist.

Auf der Basis der Interviews und der umfassenden Recherchen prognostiziert die Studie die Marktentwicklung im Wärmemarkt bis 2020 u.a. differenziert nach Wärmeabnehmern und Heizungsarten. Durch die Betrachtung des gesamten Wärmemarktes können Zusammenhänge aufgezeigt und Abhängigkeiten zwischen den einzelnen Teilmärkten berücksichtigt werden.

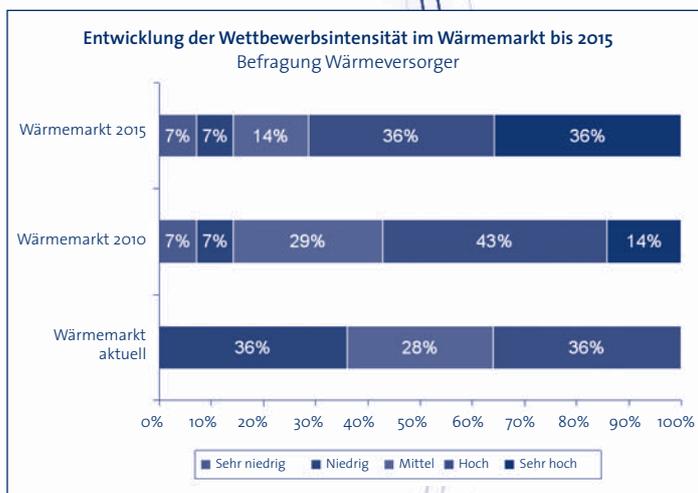


Abbildung 1: Entwicklung der Wettbewerbsintensität

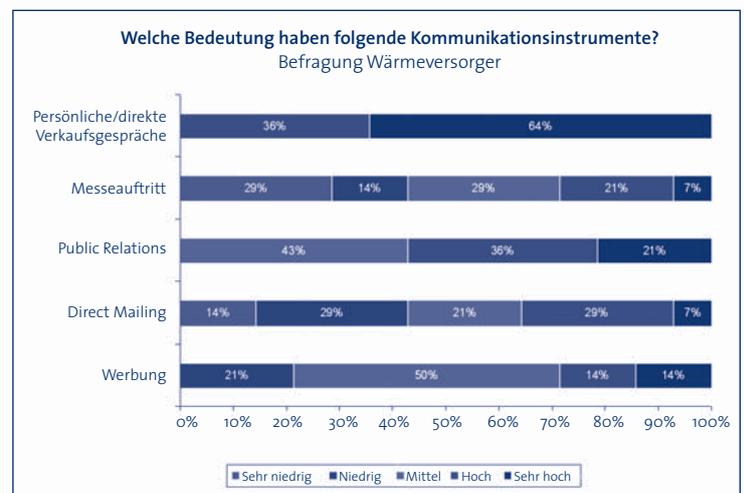


Abbildung 2: Bedeutung der Kommunikationsinstrumente

Wärmemarkt Deutschland (2. Auflage)

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie knüpft an die Ergebnisse der ersten Auflage »Wärmemarkt Deutschland 2015« und weiterer Vertiefungsstudien (z.B. »Erneuerbare Energien im Wärmemarkt bis 2020«) an und stellt wesentliche Entwicklungen im zeitlichen Vergleich dar. Neben differenzierten Aussagen über die Ausgangssituationen und Anwenderanforderungen der Zielkundengruppen erfolgen eine detaillierte Analyse des Marktes und die Berechnung verschiedener Marktvolumina.

Auf der Basis einer umfangreichen Befragung der Zielkundengruppen und einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen im Wärmemarkt werden strategische und operative Entscheidungen unterstützt und Empfehlungen zum Aufbau und/oder Ausbau der eigenen Marktposition gegeben.

Methodik

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

Den Hauptteil macht das Field Research aus. Im Rahmen der umfangreichen deutschlandweiten Befragung wurden knapp 100 telefonische Interviews mit folgenden Zielkundengruppen und Marktteilnehmern durchgeführt:

- Zielkundengruppen:
 - Privathaushalte
 - Gewerbe/Handel/Dienstleistungen
 - Industrie
 - Kommunen
- Anlagenbauer und Technologiehersteller
- Wärmerversorger und -dienstleister

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Experten-gespräche erarbeitet. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Wettbewerb, Trends und Handlungsoptionen.

An wen sich die Studie richtet

Die Stammstudie hilft Wärmeversorgern und -dienstleistern, Anlagenbauern, Technologieherstellern und Contracting-Anbietern, zukünftige Potenziale im Wärmemarkt sowie in einzelnen Zielkundengruppen einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigenen Maßnahmen vor diesem Hintergrund auszurichten.

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

1	Management Summary	30	4.3.4	Zwischenfazit: Potenziale für Wärmeversorger und -dienstleister Privatkunden	342
2	Allgemeine Grundlagen	94	4.3.5	Marktsituation und Kundenstruktur	344
2.1	Einleitung	94	4.3.5.1	Anforderungen der Privatkunden	347
2.2	Aufbau und Inhalt der Studie	96	4.3.5.2.1	...Versorger/Dienstleister	348
2.3	Ziele und Nutzen	99	4.3.5.2.2	...Brennstoffe/Medien	349
2.4	Methodik	100	4.3.5.2.3	...Technologien	350
2.5	Begriffsdefinitionen	102	4.3.5.2.4	...Produkte/Dienstleistungen	352
			4.3.5.2.5	...Tarife	354
			4.3.5.2.6	...Contracting	356
			4.3.5.2.7	...Energieeffizienz, -ausweis	358
			4.3.5.2.8	...Fördermöglichkeiten	359
3	Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren im Wärmemarkt	112	4.3.5.3	Wechselbereitschaft	361
3.1	Energiewirtschaftliche und -politische Rahmenbedingungen	113	4.3.5.4	Potenziale und Optionen zur Steigerung der Energieeffizienz	365
3.1.1	Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger	114	4.3.5.5	Zwischenfazit: Potenziale in der Zielgruppe Privatkunden für Wärmeversorger und -dienstleister	367
3.1.1.1	Erdgas	114	4.3.6	Gewerbe/Handel/Dienstleistungen	368
3.1.1.2	Erd-/Heizöl	119	4.3.6.1	Marktsituation und Kundenstruktur	368
3.1.1.3	Steinkohle	123	4.3.6.2	Anforderungen von Gewerbe/Handel/Dienstleistungen	372
3.1.1.4	Braunkohle	126	4.3.6.2.1	...Versorger/Dienstleister	372
3.1.2	Fernwärmemarkt	128	4.3.6.2.2	...Brennstoffe/Medien	374
3.1.3	Kyoto-Protokoll und Post-Kyoto-Prozess	131	4.3.6.2.3	...Technologien	375
3.1.4	Emissionshandel	132	4.3.6.2.4	...Produkte/Dienstleistungen	378
3.1.5	Anforderungen an die Energieversorgung: Politik vs. Markt	138	4.3.6.2.5	...Tarife	380
3.1.5.1	Erhöhung des Anteils regenerativer Energien	140	4.3.6.2.6	...Contracting	382
3.1.5.2	Förderung der Kraft-Wärme-Kopplung	144	4.3.6.2.7	...Energieeffizienz, -ausweis	384
3.1.5.3	CO ₂ -Minderungsziele	147	4.3.6.2.8	...Fördermöglichkeiten	386
3.1.5.4	Modernisierungstau bei Heizanlagen	153	4.3.6.3	Wechselbereitschaft	388
3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	156	4.3.6.4	Potenziale und Optionen zur Steigerung der Energieeffizienz	391
3.2.1	EG-Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden	156	4.3.6.5	Zwischenfazit: Potenziale in der Zielgruppe Gewerbe/Handel/Dienstleistungen für Wärmeversorger und -dienstleister	394
3.2.2	EG-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen	158	4.3.7	Industriekunden	395
3.2.3	Bundes-Immissionsschutzgesetz/-verordnungen (BImSchG/BImSchV)	161	4.3.7.1	Marktsituation und Kundenstruktur	395
3.2.4	Energieeinsparverordnung (EnEV)/ Energieausweis	171	4.3.7.2	Anforderungen der Industriekunden	396
3.2.5	Energiesteuergesetz/Ökosteuer (EnergiesteuerG)	175	4.3.7.2.1	...Versorger/Dienstleister	398
3.2.6	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	177	4.3.7.2.2	...Brennstoffe/Medien	400
3.2.7	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	179	4.3.7.2.3	...Technologien	401
3.2.8	Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG)	187	4.3.7.2.4	...Produkte	402
3.2.9	Gesetz zur Steigerung der Energieeffizienz (EnEFG, Entwurf)	190	4.3.7.2.5	...Tarife	405
3.2.10	Heizkostenverordnung (HeizkostenV)	192	4.3.7.2.6	...Contracting	407
3.2.11	Kraft-Wärme-Kopplungs-(Modernisierungs-)Gesetz (KWVG/KWK-ModG)	195	4.3.7.2.7	...Energieeffizienz, -ausweis	408
3.2.12	Beispiele für regionale/lokale Verordnungen	199	4.3.7.2.8	...Fördermöglichkeiten	410
3.2.13	Verordnung über allgemeine Bedingungen für die Versorgung mit Fernwärme (AVBFernwärmeV)	202	4.3.7.3	Wechselbereitschaft	412
3.3	Weitere Einflussfaktoren auf den Wärmemarkt	204	4.3.7.4	Potenziale und Optionen zur Steigerung der Energieeffizienz	415
3.3.1	Fördermaßnahmen	204	4.3.7.5	Zwischenfazit: Potenziale in der Zielgruppe Industriekunden für Wärmeversorger und -dienstleister	417
3.3.1.1	CO ₂ -Gebäudesanierungsprogramm	205	4.3.8	Kommunen, öffentliche Einrichtungen	418
3.3.1.2	KfW-Förderprogramme	206	4.3.8.1	Marktsituation und Kundenstruktur	418
3.3.1.2.1	KfW-Programm Energieeffizient Sanieren	208	4.3.8.2	Anforderungen der Kommunen, öffentliche Einrichtungen im Bereich	422
3.3.1.2.2	KfW Energieeffizient Bauen – vormals „Ökologisch Bauen“	211	4.3.8.2.1	...Versorger/Dienstleister	422
3.3.1.2.3	ERP-Umwelt- und Effizienzprogramm	213	4.3.8.2.2	...Brennstoffe/Medien	423
3.3.1.3	Marktanzettprogramm (MÄP)/BAFA-Förderung	215	4.3.8.2.3	...Technologien	424
3.3.1.4	Weitere Förderprogramme	220	4.3.8.2.4	...Produkte/Dienstleistungen	425
3.3.2	Aktuelle wirtschaftliche Lage	222	4.3.8.2.5	...Tarife	427
3.3.2.1	Wirtschaftskonjunktur in Deutschland	222	4.3.8.2.6	...Contracting	429
3.3.2.2	Konjunktur- und Geschäftsklima	223	4.3.8.2.7	...Energieeffizienz, -ausweis	432
3.3.2.3	Finanz- und Wirtschaftskrise	224	4.3.8.2.8	...Fördermöglichkeiten	433
3.3.2.4	Verbraucherverhalten von Privatkunden, Gewerbe/Handel/Dienstleistungen, Industrie und Kommunen	225	4.3.8.3	Wechselbereitschaft	435
3.3.2.5	Befragungsergebnisse	232	4.3.8.4	Potenziale und Optionen zur Steigerung der Energieeffizienz	439
3.3.2.6	Wege aus der Krise: Konjunkturpakete in Deutschland und wichtigen Exportländern	234	4.3.8.5	Zwischenfazit: Potenziale in der Zielgruppe Kommunen, öffentliche Einrichtungen für Wärmeversorger und -dienstleister	442
3.3.3	Baukonjunktur	238	4.4	Anwendungsbeispiele	443
3.3.4	Gebäudeentwicklung	240	4.4.1	Privatkunden	443
3.3.4.1	Gebäudeentwicklung nach Substanz	240	4.4.2	Gewerbe/Handel/Dienstleistungen	448
3.3.4.2	Dachflächenpotenzial für Solarthermie	244	4.4.3	Industriekunden	452
3.3.5	Klimaentwicklung	249	4.4.4	Kommunen, öffentliche Einrichtungen	457
3.3.6	Demografie	255	4.5	Zusammenfassung und Fazit	461
3.4	Zusammenfassung und Fazit	261			
4	Zielkundengruppen: Status quo und Anforderungen	264	5	Brennstoffe und Technologien im Wärmemarkt	464
4.1	Überblick	265	5.1	Brennstoffe/Medien	464
4.1.1	Status quo der Wärmeerzeugung und -nutzung	265	5.1.1	Gas	465
4.1.1.1	Bestand der stationären Wärmeerzeuger in Deutschland	265	5.1.2	Heizöl (HEL - Heizöl leicht, HSL - schweres Heizöl)	476
4.1.2	Gasheizungen	272	5.1.3	Fernwärme	482
4.1.3	Ölheizungen	273	5.1.4	Elektrizität	485
4.1.4	Mikro-KWK-Anlagen	278	5.1.5	Braun- und Steinkohle	489
4.1.5	Stromheizungen/Nachtspeicherheizungen	279	5.1.6	Erneuerbare Energien	494
4.1.6	Anlagen mit Erneuerbaren Energien	280	5.1.6.1	Biomasse	496
4.1.6.1	Biomasseanlagen	283	5.1.6.2	Solarthermie	501
4.1.6.1.1	Pelletsheizungen	284	5.1.6.3	Geothermie	512
4.1.6.1.2	Hackschnitzel	289	5.1.7	Substitutionswettbewerb	519
4.1.6.1.3	Stückholz/Scheitholz	290	5.2	Technologien zur Wärmeerzeugung	521
4.1.6.2	Solarthermische Anlagen	291	5.2.1	Ölheizungen	521
4.1.6.3	Wärmepumpen	294	5.2.2	Gasheizungen	522
4.2	Wärmeerzeugung in Nah- und Fernwärmenetzen	295	5.2.3	Biomasseanlagen	523
4.2.1	KWK-Anlagen	301	5.2.3.1	Biomasseanlagen	524
4.2.2	Heizwerke	302	5.2.4	Solarthermie	563
4.2.3	Abwärmenutzung aus industriellen Anlagen	303	5.2.5	Wärmepumpe	571
4.2.4	Erneuerbare Energien in Wärmenetzen	305	5.2.6	Geothermieanlagen	577
4.2.4.1	Biogasanlagen	305	5.2.7	Brennstoffzellen	586
4.2.4.2	Biomasseheiz(kraft)werke	308	5.2.8	Blockheizkraftwerke/KWK-Anlagen	591
4.2.4.3	Holzpellets	313	5.2.9	Brennwerttechnik	597
4.2.4.4	Pflanzenöl-Anlagen	314	5.2.10	Abwärmenutzung (z.B. industrielle Prozesse)	601
4.2.4.5	Geothermische Anlagen	315	5.3	Technologie-Komponenten	601
4.2.4.6	Solarthermie	320	5.3.1	Stationäre Wärmeerzeuger und Nahwärme	602
4.3	Anwenderanforderungen	320	5.3.1.1	Gasturbinenanlage mit Wärmerückgewinnung	603
4.3.1	Anforderungen aller Zielkundengruppen	320	5.3.1.2	Diesel- und Gasmotoren	605
4.3.1.1	...Versorger/Dienstleister	321	5.3.1.3	Inverse Gasturbinen	607
4.3.1.2	...Brennstoffe/Medien	322	5.3.1.4	Mikroturbinen	608
4.3.1.3	...Technologien	323	5.3.1.5	Stirlingmotor	611
4.3.1.4	...Produkte/Dienstleistungen	325	5.3.1.6	Cheng Cycle/STIG (Steam Injected Gas Turbine)	618
4.3.1.5	...Tarife	328	5.3.1.7	Dampfkolbenmotor	619
4.3.1.6	...Contracting	328	5.3.1.8	ORC-Prozess	622
4.3.1.7	...Energieeffizienz, -ausweis	332	5.3.1.9	Wärmeübertrager	624
4.3.1.8	...Fördermöglichkeiten	334	5.3.1.10	Niedertemperaturtechnik	626
4.3.2	Wechselbereitschaft	336	5.3.1.11	Regelungstechnik	627
4.3.3	Potenziale und Optionen zur Steigerung der Energieeffizienz	339	5.3.2	Komponenten/Technologien im Bereich Fernwärmenetze	629
			5.3.2.1	Rohrsysteme und Verlegeverfahren	631

5.3.2.2	Wärmeinseln	633	8	Marketing im Wärmemarkt	865	10.4.1.4.3	Schüco International KG	1161
5.3.2.3	Hausübergabestation	634	8.1	Marketing-Instrumente im Wärmemarkt	865	10.4.1.4.4	Solvix GmbH	1165
5.3.2.4	HAST Akku	635	8.1.1	Produktpolitik	868	10.4.1.4.5	Wagner & Co Solartechnik GmbH	1168
5.4	Wärmerückgewinnung	636	8.1.1.1	Leistungs- und Produktgestaltung: Produktbestandteile im Wärmemarkt	875	10.4.1.5	Wärmepumpen	1172
5.4.1	Lüftungstechnik mit Wärmerückgewinnung	636	8.1.1.2	Markenbildung und -politik	876	10.4.1.5.1	Alpha-InnoTec GmbH	1172
5.4.2	...aus Abwasser	643	8.1.1.2.1	Markenstrategien	888	10.4.1.5.2	Beglau Wärmepumpen	1176
5.5	Komponenten der Energieeffizienz	644	8.1.2	Preispolitik	898	10.4.1.5.3	ecoTec Energie AG, Inc.	1179
5.5.1	Baustandards im Gebäudebereich	644	8.1.2.1	Status quo: Pricing im Wärmemarkt	907	10.4.1.5.4	Glen Dimplex Deutschland GmbH	1182
5.5.1.1	Niedrigenergiehaus	645	8.1.2.2	Preiszusammensetzung	909	10.4.1.5.5	OCHSNER Wärmepumpen GmbH	1187
5.5.1.2	Passivhaus	647	8.1.2.3	Preisdifferenzierung	912	10.4.2	Energiedienstleister und Contracting-Anbieter	1190
5.5.1.3	Smart Metering/Smart Home	650	8.1.2.4	Preispositionierung (Hochpreisstrategie, Vorteilsstrategie usw.)	914	10.4.2.1	Cofely GmbH (vormals Axima)	1191
5.5.2	Wärmedämmung	653	8.1.2.5	Preisvarianten (dynamisch, fix, Abhängigkeiten)	915	10.4.2.2	Dalkia Energie Service GmbH	1195
5.5.2.1	Arten der Wärmedämmung	654	8.1.3	Distributionspolitik	915	10.4.2.3	E.ON Energy Projects GmbH	1200
5.5.2.2	Wärmedämmung von Gebäudedeflächen	655	8.1.3.1	Direkter Vertrieb	918	10.4.2.4	EnBW Energy Solutions GmbH	1203
5.5.2.3	Optimale Eigenschaften von Dämmstoffen	657	8.1.3.2	Indirekter Vertrieb	919	10.4.2.5	Evonik New Energies GmbH	1207
5.6	Wirtschaftlichkeit ausgewählter Technologien	658	8.1.3.3	Mischformen	920	10.4.2.6	Gasag Wärmeservice GmbH	1210
5.7	Zusammenfassung und Fazit	666	8.1.3.4	Kundenkontaktpunkt-Management	920	10.4.2.7	GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik GmbH	1215
			8.1.3.5	Alternative Kanäle	923	10.4.2.8	GETEC AG	1219
6	Produkte und Dienstleistungen im Wärmemarkt	668	8.1.4	Kommunikationspolitik	924	10.4.2.9	Hochtief Energy Management GmbH	1223
6.1	Wärmelieferung	668	8.1.4.1	above the line	928	10.4.2.10	Imtech Contracting GmbH & Co. KG	1228
6.1.1	Gas	669	8.1.4.2	below the line	930	10.4.2.11	Infrasery GmbH & Co. Höchst KG	1232
6.1.1.1	Erdgas	669	8.2	Praxis-Beispiele	932	10.4.2.12	Mark-E AG	1236
6.1.1.1.1	Transport von Erdgas	671	8.3	Zusammenfassung und Fazit	933	10.4.2.13	MVV Energiedienstleistungen GmbH	1240
6.1.1.1.2	Aktueller Stand der Erdgaspreise	673				10.4.2.14	Proenergy Contracting GmbH & Co. KG	1244
6.1.1.1.3	Preisvarianten/Preisgestaltung	679				10.4.2.15	RWE Innogy GmbH	1248
6.1.1.2	Biogas	693	9	Markt und Marktentwicklung bis 2020	936	10.4.2.16	Stadtwerke Aachen AG	1252
6.1.1.3	„Bioerdgas“	697	9.1	Einleitung	936	10.4.2.17	Stadtwerke Bielefeld GmbH	1257
6.1.1.4	„CO ₂ -neutrales Erdgas“	699	9.1.1	Ziele	936	10.4.2.18	Stadtwerke Düsseldorf AG	1261
6.1.2	Heizöl (HEL, HSL)	701	9.1.2	Methodik	937	10.4.2.19	Stadtwerke Hannover AG	1265
6.1.3	Fernwärme	708	9.1.2.1	Szenarioanalyse	939	10.4.2.20	Stadtwerke Leipzig GmbH	1269
6.1.4	Elektrizität	709	9.1.2.2	Übersicht über die Szenarien	940	10.4.2.21	Stadtwerke München GmbH	1273
6.1.5	Braun- und Steinkohle	712	9.1.2.3	Marktmodell	941	10.4.2.22	swb Services GmbH & Co. KG	1277
6.1.5.1	Braunkohle	712	9.2	Grundannahmen und szenariospezifische Prämissen	942	10.4.2.23	Techem Energy Contracting GmbH	1281
6.1.5.2	Steinkohle	715	9.2.1	Allgemeine Grundannahmen	942	10.4.3	Fernwärmeversorger	1285
6.1.6	Erneuerbare Energien	717	9.2.2	Szenariospezifische Annahmen	943	10.4.3.1	Fernwärme Ulm GmbH	1285
6.1.6.1	Biomasseanlagen	719	9.2.2.1	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	943	10.4.3.2	Fernwärmeverbund Saar GmbH	1288
6.1.6.2	Solarthermie	722	9.2.2.2	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	946	10.4.3.3	Fernwärmeversorgung Niederrhein GmbH	1290
6.1.6.3	Geothermie/ Wärmepumpe	723	9.2.2.3	Rahmenbedingungen für Neubautätigkeit sowie Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen	948	10.4.3.4	HEAG Südthessische Energie AG (HSE)	1294
6.2	Technische Dienstleistungen	725	9.2.2.4	Entwicklung bei Technologien	949	10.4.3.5	Mainova AG	1299
6.2.1	Errichtung	725	9.2.2.5	Entwicklung der Anforderungen an die Wärmeversorgung inkl. Wechselbereitschaft	951	10.4.4	Hersteller von Heizkraftwerken	1304
6.2.2	Betrieb	726	9.2.2.6	Entwicklung des Wettbewerbs im Wärmemarkt	952	10.4.4.1	AE&E Inova GmbH	1304
6.2.3	Wartung/Instandhaltung/Inspektion	727	9.3	Wärmemarkt 2008	954	10.4.4.2	Kab Takuma GmbH	1309
6.2.4	Prüfung	727	9.3.1	Wärmepreise und abgesetzte Wärmemenge	954	10.4.4.3	Kraftanlagen München GmbH (KAM)	1314
6.2.5	Veränderung	729	9.3.2	Marktverteilung nach Erzeugungsstrukturen (zentrale und dezentrale Strukturen)	956	10.4.4.4	Siemens AG Energy Sector	1320
6.2.6	Befragungsergebnisse	730	9.3.3	Marktverteilung nach Anwendern (Privathaushalte, Gewerbe/Handel/Dienstleistungen, Industrie, Kommunen)	957	10.4.4.5	Standardkessel Power Systems Holding GmbH (Baumgarten)	1327
6.3	Energie-/Beratungsdienstleistungen	731	9.4	Entwicklung der abgesetzten Wärmemenge und Wärmepreise	962	10.5	Zusammenfassung und Fazit	1330
6.3.1	Contracting	732	9.4.1	Entwicklung der Marktverteilung nach Erzeugungsstrukturen	974			
6.3.2	Facility Management	736	9.4.2	Entwicklung der Marktverteilung nach Anwendern	976			
6.3.3	Energieausweis	743	9.4.3	Entwicklung des Marktes nach Heizungsarten	978			
6.3.4	Planung von Heizungsanlagen	746	9.4.4	Entwicklung der Marktverteilung nach Produkten	984			
6.3.5	Energiecontrolling	750	9.5	Exkurs: Der Markt für Contracting bis 2018	987			
6.3.6	Energieeinsparberatung	754	9.6	Exkurs: Der Markt für Heizkostenverteilung und -abrechnung bis 2019	992			
6.3.7	Heizkostenverteilung und -abrechnung	757	9.7	Exkurs: Der Markt für Nah- und Fernwärmenetze	998			
6.3.7.1	Übersicht	758						
6.3.7.2	Modelloptionen	758						
6.3.8	Weitere Dienstleistungen	764						
6.3.9	Befragungsergebnisse	766						
6.4	Finanzierungskonzepte im Wärmemarkt	773						
6.4.1	Anforderungen bei der Finanzierung von Wärmeprojekten	774						
6.4.1.1	Projektanalyse, Cash Flow und Wirtschaftlichkeit	775						
6.4.1.2	Risiken bei der Finanzierung	779						
6.4.2	Finanzierungsbeispiele	781						
6.5	Fallbeispiele	784						
6.6	Zusammenfassung und Fazit	786						
7	Vertrieb im Wärmemarkt	789						
7.1	Vertriebsorganisation	789						
7.1.1	Aufbauorganisation	790						
7.1.2	Ablauforganisation	799						
7.1.3	Projektorganisation	801						
7.2	Vertriebsgestaltung	806						
7.2.1	Struktur der Vertriebsorganisation	808						
7.2.2	Vertriebskanäle	808						
7.2.2.1	Handwerksbetriebe/Installationsfachbetriebe	812						
7.2.2.2	Großhandel	812						
7.2.2.3	Cross-Selling (z.B. Erdgas/Solarthermie)	813						
7.2.2.4	Lizenznehmer	814						
7.2.2.5	Eigene Vertriebsstruktur/eigene Projektabwicklung	814						
7.2.2.6	Baumärkte/Verkauf ohne Beratung	815						
7.2.2.7	Internet	817						
7.2.2.8	Zusammenfassung	817						
7.2.3	Kooperationen und Partnering	817						
7.2.3.1	Formen der Zusammenarbeit	818						
7.2.3.1.1	Bindungsrichtungen (vertikal, horizontal, diagonal, funktional)	818						
7.2.3.1.2	Bindungsformen (Netzwerke, Kooperationen)	820						
7.2.3.2	Praxisbeispiele	823						
7.2.3.2.1	Ballard Power Systems und Baxi Innotech	824						
7.2.3.2.2	Honda und Vaillant	824						
7.2.3.2.3	Lichtblick und VW	825						
7.2.3.2.4	EHE und Gasag	825						
7.2.3.2.5	Stiebel Eltron und Hoval mit Hexis	826						
7.2.3.2.6	OTAG, aws Wärmeservice, Shell und Total	826						
7.2.3.2.7	NABU und Viessmann	827						
7.3	Kundenorientierung	828						
7.3.1	Kundengruppen	829						
7.3.2	Kundenzufriedenheit	830						
7.3.3	Kundensegmentierung – Ausrichtung der Absatzwege an Marktsegmenten	837						
7.3.4	Kundenwertanalyse	839						
7.4	Vertriebsprozesse	843						
7.4.1	Potenzialanalyse und Identifikation von potenziellen Kunden	844						
7.4.2	Erstkundenkontakt	847						
7.4.3	Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse	847						
7.4.4	Angebotsphase	848						
7.4.5	Wärmelieferung	850						
7.5	Vertriebscontrolling	851						
7.5.1	Anforderungen an ein Vertriebscontrolling	852						
7.5.2	Instrumente des Vertriebscontrollings	852						
7.6	Human Resources im Vertrieb	856						
7.6.1	Auswahl von Mitarbeitern	856						
7.6.2	Fort- und Weiterbildung von Mitarbeitern	862						
7.7	Zusammenfassung und Fazit	863						

Die aktuell erstellte Studie umfasst 1.478 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung kann sich die Angabe der Seitenzahlen noch leicht ändern.

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. 12-0533) »Stammstudie »Wärmemarkt Deutschland (2. Auflage)« zum Preis von EUR 5.500,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- Als Besteller der vorherigen Auflage erhalten wir 5% Rabatt.

- 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 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 -1001-260/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 Telekommunikationsmärkten.

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

Konditionen

Die Potenzialstudie »Stammstudie »Wärmemarkt Deutschland (2. Auflage)« kostet EUR 5.500,00 (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.:

- Energieeffizienz: Innovative Produkte und Dienstleistungsranking, Marktentwicklung, Wettbewerb** geplant, ca. 700 Seiten, EUR 5.900,00
- Bioenergie-Contracting (2., überarbeitete Auflage): Potenziale, Wettbewerb und Marktentwicklung bis 2020**
In Bearbeitung, ca. 800 Seiten, EUR 4.500,00
- Mikro-KWK: Potenziale, Chancen und Risiken in Deutschland, Österreich und der Schweiz**
In Bearbeitung, ca. 800 Seiten, EUR 5.500,00
- Der Markt für Holzpellets in Deutschland bis 2020: Potenziale, Entwicklung der Holzindustrie, Vertriebsstrategien, Chancen und Risiken im Wärmemarkt**
November 2009, 982 Seiten, EUR 3.500,00
- Heizkostenverteilung und -abrechnung: Markt, Potenziale und Strategien (3. Auflage)**
August 2009, 994 Seiten, EUR 4.200,00
- Biogas in Deutschland bis 2020: Stoffströme, Marktpotenziale: Strom/Wärme vs. Gasnetzeinspeisung, Wettbewerb (2. Auflage)**
Juni 2009, 1.109 Seiten, EUR 4.500,00
- Projektfinanzierung Erneuerbarer Energien: Instrumente, Risiken, Auswirkungen der Finanzkrise**
Juni 2009, 1.253 Seiten, EUR 3.900,00
- Erneuerbare Energien im Wärmemarkt bis 2020**
März 2009, 1.060 Seiten, EUR 3.900,00
- Wettbewerb im Gasmarkt (3. Auflage)**
Januar 2009, 1.273 Seiten, EUR 3.900,00

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