

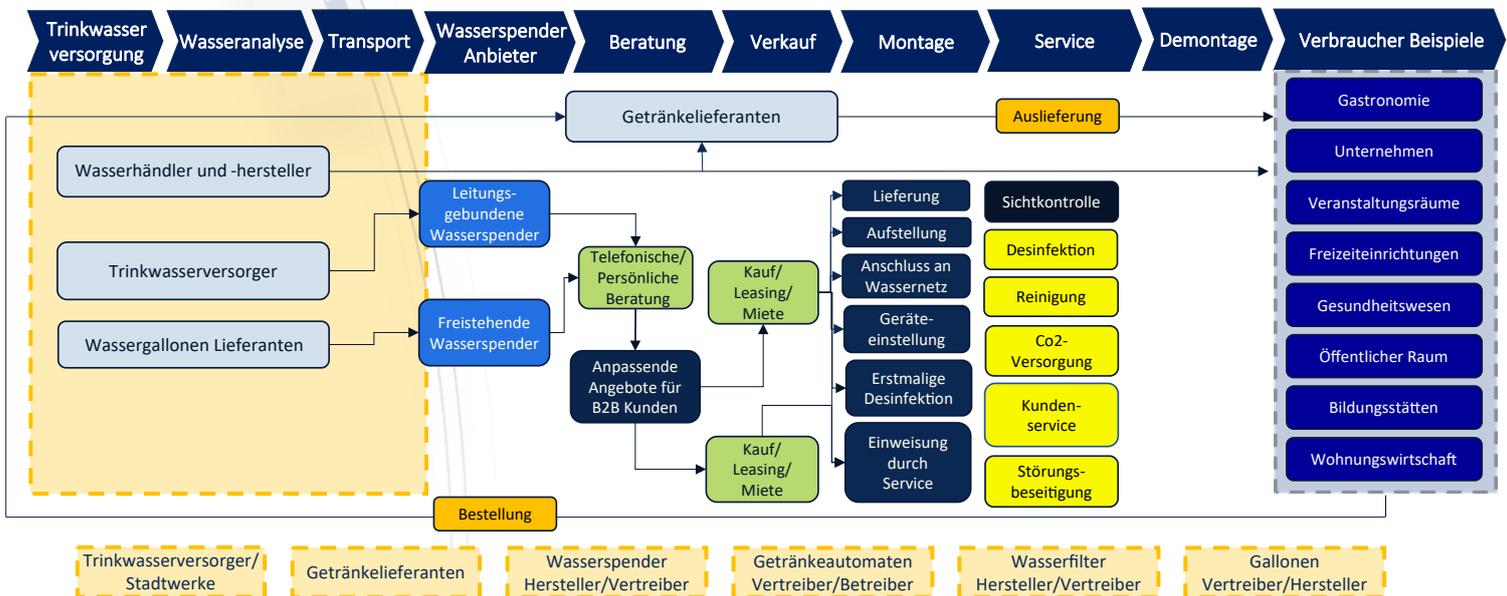


Marktpotenzial für Wasserspender in Deutschland

Grundlagen - Technik - Anwender- und Wettbewerberprofile

- Rahmenbedingungen: Gesellschaft, Gesetze und Wirtschaft
- Wertschöpfungskette und Technologien
- Aktuelle Marktsituation für Wasserspender
- Marktentwicklung und Potenzial
- Wettbewerber im Markt
- Trends, Chancen und Risiken

Wasserspender sind eine nachhaltige und kostengünstige Alternative um mit Wasser versorgt zu werden. Deshalb sind Wasserspender bereits in den verschiedensten Organisationen, von Bürogebäuden bis zu Schulen, installiert. Durch ein erhöhtes Umweltbewusstsein und Förderprogramme verändert sich der Markt für Wasserspender und neue Zielgruppen können erschlossen werden.



Die Studie „Marktpotenzial für Wasserspender in Deutschland“ bietet einen Überblick über den aktuellen Markt für Wasserspender. Außerdem enthält diese Studie nicht nur Unternehmensprofile sondern auch Nutzerprofile sowie Nutzerwartungen.

Die Studie beantwortet außerdem u. a. folgende Fragestellungen:

- Wie sind die rechtlichen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Markt für Wasserspender? Welche Hindernisse und Chancen ergeben sich aus diesen Bedingungen?
- Welche Erwartungen haben Nutzer an Wasserspender? Wie können neue Zielgruppen erschlossen werden?
- Welche Trends sind im Wettbewerb zu erkennen? In welchen Bereichen ist mit neuen Marktteilnehmern zu rechnen?

Marktpotenzial für Wasserspender in Deutschland

Geplanter Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie liefert fundierte Informationen über die MarktPotenziale und -strukturen für leitungsgebundene Wasserspender in Deutschland. Ausgehend von den aktuellen rechtlichen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingung und aktuellen Entwicklungen auf dem Markt werden der Wettbewerb sowie die Trends, Chancen und Herausforderungen im Markt für Wasserspender dargestellt.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbanken-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen und Geschäftsberichten usw.) fließen in die Studie strukturierte Interviews mit Zielgruppen sowie Marktteilnehmern ein. Die Auswertung der Daten führt zu abgesicherten Aussagen über Märkte, Trends und Handlungsoptionen im Markt für Wasserspender. Die Studie beschreibt die aktuelle Wirtschaftslage sowie mögliche Chancen und Risiken. Basierend auf den Daten dieser Studie ist es für Unternehmen im Wasserspender Markt möglich eigene Handlungsoptionen und Strategien abzuleiten.

An wen sich die Studie richtet

Diese Studie richtet sich an alle Akteure im Markt für Wasserspender. Zusätzlich richtet sich die Studie auch an Unternehmen, die planen ihr Sortiment auf Wasserspender ausweiten, da durch die Studie der Markteintritt erleichtert wird.

o	Executive und Management Summaries	2.2.7.3	Verbrauchsgewohnheiten
		2.2.8	Right2Water
		2.3	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
1	Allgemeine Grundlagen		
1.1	Einleitung	2.3.1	Coronakrise
1.2	Aufgabenstellung und Zielsetzung	2.3.2	Konjunkturentwicklung
		2.3.3	Inflationsrate
1.3	Methodik und Studiendesign		
1.3.1	Methodik		
1.3.2	Desk und Field Research		
1.3.3	Übersicht über bisherige Studien und Prognosen		
1.4	Begriffsdefinitionen		
1.5	Abkürzungen		
2	Aktuelle Rahmenbedingungen		
2.1	Gesetzliche Rahmenbedingungen		
2.1.1	Trinkwasserverordnung		
2.1.2	Mineral- und Tafelwasserverordnung		
2.1.3	Lebensmittelverordnung		
2.1.4	Regelungen für Getränke-schankanlagen		
2.2	Gesellschaftliche Rahmenbedingungen		
2.2.1	Demographischer Wandel		
2.2.2	Förderprogramm „Klimaanpassung in sozialen Einrichtungen“		
2.2.3	Nachhaltigkeit und Klimawandel		
2.2.4	Landflucht/Stadtflucht		
2.2.5	Coronakrise		
2.2.5.1	Hygienebewusstsein		
2.2.5.2	Homeoffice		
2.2.6	Wasserspender Image Verbesserung		
2.2.6.1	Akzeptanz		
2.2.6.2	Nutzendiskussion		
2.2.6.3	Zuschreiben von Umweltfreundlichkeit		
2.2.7	Konsumverhalten		
2.2.7.1	Trinkwasserverbrauch		
2.2.7.2	Trinkwasserbedarf		
3	Wertschöpfungskette und Technologien		
3.1	Wertschöpfungskette		
3.1.1	Übersicht		
3.1.2	Trinkwasserversorgung		
3.1.3	Wasseranalyse		
3.1.4	Transport		
3.1.5	Wasserspenderanbieter		
3.1.6	Beratung		
3.1.7	Verkauf		
3.1.8	Montage		
3.1.9	Service		
3.1.10	Demontage		
3.1.11	Verbraucher		
3.2	Arten von Wasserspendern		
3.2.1	Leitungsgebundene Wasserspender		
3.2.1.1	Tischgerät		
3.2.1.2	Standgerät		
3.2.1.3	Trinkbrunnen		
3.2.1.4	Einbaugerät		
3.2.1.4.1	Zapfhahn		
3.2.1.4.2	Wasserhahn		
3.2.2	Gallonen Wasserspender		
3.2.2.1	Tischgerät		
3.2.2.2	Standgerät		
3.3	Andere Arten der Wasserversorgung		
3.3.1	Wasserfilter		
3.3.1.1	Kanne		
3.3.1.2	Einbaugerät		
3.3.2	Abgefüllte Flaschen		
3.3.2.1	Kasten		
3.3.2.2	Getränkeautomat		

4	Markt für Wasserspender	5.2.2.1	Übersicht	6.4.4	Hersteller/Vertreiber von Wasserfiltern
4.1	Aktuelle Marktsituation für Wasserspender	5.2.2.2	Basisprämissen	6.5	Positionierungsschema der indirekten Wettbewerber im Markt
4.1.1	Wassersorten	5.2.2.3	Szenariospezifische Prämissen	6.5.1	Übersicht zu Marktanteilen und prominenten Mitbewerbern
4.1.1.1	Tafelwasser	5.3	Markttreiber und Markthemmnisse	6.5.2	Wettbewerberprofile ausgewählter Unternehmen
4.1.1.2	Leitungswasser	5.4	Potenzialeinschätzung		
4.1.1.3	Quellwasser	5.4.1	Nach Wasserspenderart		
4.1.1.4	Mineralwasser	5.4.1.1	Leitungsgebundene Wasserspender		
4.1.1.5	Heilwasser	5.4.1.1.1	Tischgerät		
4.1.2	Preis des Wasserspenders	5.4.1.1.2	Standgerät	7	Trends, Chancen und Risiken
4.2	Zielgruppen, Nutzerprofile, -präferenzen und -erwartungen	5.4.1.1.3	Einbaugerät	7.1	Trends
4.2.1	Hauptzielgruppen und Nutzerprofile	5.4.1.2	Gallonen Wasserspender	7.2	Chancen und Risiken
4.2.1.1	Gastronomie	5.4.1.2.1	Tischgerät		
4.2.1.2	Unternehmen	5.4.1.2.2	Standgerät	8	Schritte zur Umsetzung/ Vorgehen:
4.2.1.3	Veranstaltungsräume	5.4.2	Nach Jahren	8.1	Markt- und Potenzialabschätzung
4.2.1.4	Freizeiteinrichtungen	5.4.3	Nach Szenarien	8.2	Strategieoptionen
4.2.1.5	Gesundheitswesen	6	Wettbewerb im Markt für Wasserspender	8.3	Handlungsempfehlung
4.2.1.6	Öffentlicher Raum	6.1	Übersicht über Wettbewerber und Marktanteile		
4.2.1.7	Bildungsstätten	6.2	Direkte Wettbewerber	9	Fazit
4.2.1.8	Wohnungswirtschaft	6.2.1	Hersteller von Wasserspendern		
4.2.2	Nutzerpräferenzen und -erwartungen, Verwendungssituation und Preissensibilität	6.2.2	Händler von Wasserspender		
4.2.2.1	Nutzerpräferenzen und -erwartungen	6.2.3	Händler mit breitem Sortiment inkl. Wasserspender		
4.2.2.2	Verwendungssituation	6.3	Übersicht der Marktanteile von direkten Wettbewerbern		
4.2.2.3	Preissensibilität	6.3.1	Positionierungsschema der direkten Wettbewerber im Markt		
4.3	Marktgröße/-volumen 2019/2020	6.3.2	Wettbewerberprofile ausgewählter Unternehmen		
4.3.1	Überblick	6.3.2.1	Stammdaten zu Marktstellungen der Wettbewerber		
4.3.2	Nach Hauptzielgruppen	6.3.2.2	Positionierung im Markt		
4.3.3	Nach Wertschöpfungsstufen	6.4	Indirekte Wettbewerber		
4.3.4	Bisherige Entwicklung	6.4.1	Getränkeliieferanten		
5	Marktentwicklung und Potenzialeinschätzung bis 2030	6.4.2	Hersteller/Vertreiber von Wassersprudlern		
5.1	Einleitung und Zielsetzung	6.4.3	Vertreiber/Betreiber von Getränkeautomaten		
5.2	Vorgehen und Methodik				
5.2.1	Marktmodell				
5.2.2	Grundannahmen und Prämissen				

Die Studie wird ca. 400 Seiten umfassen. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern.

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. 24-0958)
»Marktpotenzial für Wasserspender in Deutschland«
zum Preis vonEUR 3.900,00
und zusätzliche Kopien (je EUR 400,00)

personalisiert auf*

Als Besteller der Studie sind wir an der Teilnahme an einem Kick-off-Workshop (siehe rechts) interessiert. (Bitte beachten Sie, dass nur Anmeldungen vor Ablauf des Subskriptionsrabatts berücksichtigt werden können)..... [Für Studienbesteller kostenfrei]

Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnisworkshops (siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]

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 damit einverstanden, Neuigkeiten von trend:research per E-Mail zu erhalten.

Datum

Unterschrift/Stempel

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

● trend:research GmbH ● Parkstraße 123 ● Tel.: 0421 . 43 73 0-0 ● www.trendresearch.de ● Deutsche Bank ● IBAN DE47 2907 0024 0239 0839 00 ● BIC DEUTDE33HAN
● HRB 19961 AG Bremen ● 28209 Bremen ● Fax: 0421 . 43 73 0-11 ● info@trendresearch.de ● Sparkasse Bremen ● IBAN DE77 2905 0101 0008 0284 09 ● BIC SBREDE33HAN

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.

KICK-OFF-WORKSHOP

Im telefonischen Kick-off-Workshop werden Methodik und Ziele der Studie vorgestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit dem teilnehmenden Unternehmen diskutiert.

ERGEBNISWORKSHOP

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

VORTRÄGE

Für die Vorstellung der Ergebnisse seiner Studien wird trend:research regelmäßig für Konferenzen, Kongresse oder Seminare angefragt. In der Zwischenzeit sind so über 1.500 Vorträge in Deutschland, Europa und auch weltweit gehalten worden, häufig als Keynotes zum Thema Markt und/oder Wettbewerb (www.trendresearch.de). Ebenfalls übernimmt - sofern das Thema zum Fokus Ver- und Versorgungswirtschaft passt - der Geschäftsführer des Instituts, Dirk Briese, die Moderation von Konferenzen, Seminaren oder auch Podiumsdiskussion. Veranstaltungen können auch von entsprechenden Unterlagen (z. B. Broschüren) begleitet werden. Nehmen Sie bei Interesse hierzu gerne [Kontakt](#) mit uns auf.

KONDITIONEN

Die Potenzialstudie »Marktpotenzial für Wasserspender in Deutschland« 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 von 14 Tagen nach Rechnungsstellung. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s. u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab **Oktober 2021** verfügbar.

WEITERE STUDIEN

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

- „Wasserstoff in und für Kommunen“: Grundlagen • Rahmenbedingungen • Förderprogramme • Beispielprojekte
Juni 2021, 180 Seiten, EUR 390,00
- Der Markt für Submetering (6. Auflage): Erlöspotenziale, aktuelle Entwicklungen, Chancen und Risiken in der Heiz- und Wasserkostenverteilung und -abrechnung
Mai 2021, 397 Seiten, EUR 5.400,00
- Eigentümerstruktur: Erneuerbare Energien (4. Auflage): Entwicklung der Akteursvielfalt, Rolle der Energieversorger, Ausblick bis 2025
Dezember 2020, 150 Seiten, EUR 2.500,00