



Potenziale der Elektromobilität für die Energiewirtschaft (2. Auflage)

Marktentwicklung bis 2025, Chancen und Geschäftsmodelle für Energieversorger

Die aktuell erstellte Studie umfasst **612 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren auf die Elektromobilität in Deutschland
- Technischer Entwicklungsstand und Marktreife von Fahrzeugen, Ladestationen und Abrechnungssystemen
- Kundenanforderungen, Geschäftsmodelle und Strategien für Energieversorger
- Marktentwicklung und -potenziale der Elektromobilität in Deutschland bis 2025
- Wettbewerbsstrukturen und Unternehmensprofile ausgewählter Elektroauto-, Batterie- und Infrastrukturhersteller
- Trends und Handlungsoptionen
- Chancen und Risiken für Energieversorger und Hersteller

In Deutschland entwickelte sich der Bestand von Elektroautos bisher nur zögerlich: Im Januar 2016 waren lediglich 25.502 reine Elektroautos beim Kraftfahrtbundesamt gemeldet. Der sogenannte Umweltbonus (Kaufprämie mit mind. 4.000 Euro für reine Elektrofahrzeuge bzw. mind. 3.000 Euro für Hybridantriebe) der Bundesregierung vom Juni 2016 führte bislang zu keiner massiven Antragsflut: Es wurden bis 1. September 2016 rund 3.000 Anträge gestellt. Trotzdem wird das Geschäftsfeld in den kommenden Jahren sehr wichtig werden und die Dynamik des Marktes wird deutlich stärker werden.

Energieversorger sind die wichtigsten Anbieter von öffentlich zugänglicher Ladeinfrastruktur, sodass sich mittel- und langfristig vor allem im Betrieb der Ladeinfrastruktur und beim Angebot von Ladestrom rentable Geschäftsmodelle bieten, um von dem zu erwartenden Marktwachstum zu profitieren. Hierbei werden bspw. Vertriebskooperationen mit der Automobilwirtschaft eingegangen, um einheitliche Ladestandards zu ermöglichen. Darüber hinaus bieten sich verschiedene Möglichkeiten der Gestaltung von Ladestromtarifen „Autostromtarife“ sowie der Zugangs- und Abrechnungsinfrastruktur über Kartenabrechnung und Internetnutzung an. Ebenso lassen sich mittelfristig netzdienliche Konzepte wie Vehicle-to-Grids und Einbindung von Elektroautos in virtuelle Kraftwerke umsetzen.

Bezogen auf die Anzahl eingesetzter Fahrzeuge zeigt sich, dass eine zunehmende Anzahl an Automobilherstellern Elektroautos entwickelt, sodass ein Nachfrageboom entstehen kann. Für das neue Modell 3 von Tesla gab es bis Ende September 2016 fast 400.000 Vorbestellungen (weltweit).

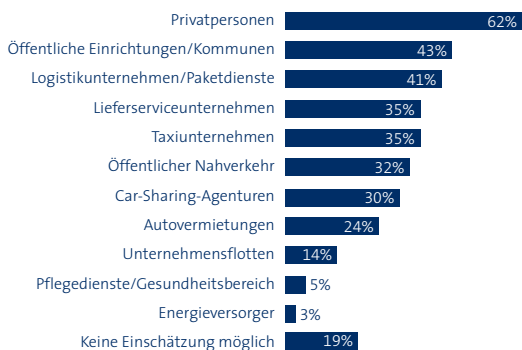
Die Kaufbereitschaft bei bestimmten Zielkundengruppen wird bis zum Jahr 2025 deutlich steigen, darunter fallen vor allem Privatpersonen, öffentliche Einrichtungen und Kommunen, Logistikunternehmen und Kommunen (wie bspw. Paketdienste) sowie Lieferserviceunternehmen (vgl. Abbildung links).

Die Studie untersucht den Status quo der Elektromobilität und stellt Geschäftsmodelle für Energieversorger sowie das Marktpotenzial in Deutschland bis 2025 vor.

Vor diesem Hintergrund beantwortet die Studie u. a. folgende Fragestellungen:

- Wie ist der Status quo der Technologie und welche neuen Entwicklungen zeichnen sich im Bereich der Ladestationen ab?
- Welche Anforderungen stellen die einzelnen Zielgruppen im Bereich der Elektromobilität?
- Welche Geschäftsmodelle und Strategieoptionen bieten sich für Energieversorger und wie sind diese zu bewerten?
- Wie entwickelt sich das Marktvolumen im Bereich der Elektromobilität in Deutschland bis 2025?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich aus den aktuellen Trends für die beteiligten Marktakteure?

Wesentliche Zielkundengruppen – zukünftig (bis 2025) (Energieversorger/Netzbetreiber, n=37)



Mehrfachnennungen möglich; N=127

Abbildung: Wesentliche Zielkundengruppen bis 2025 in der Elektromobilität

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie liefert Informationen über die Marktstrukturen und -potenziale der Elektromobilität in Deutschland. Darüber hinaus werden Geschäftsmodelle für Energieversorgungsunternehmen dargestellt und bewertet.

Ausgehend von den aktuellen politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen und den erwarteten Entwicklungen werden der Wettbewerb, die Chancen und Herausforderungen für Energieversorger sowie Automobil- und Technologiehersteller im Markt dargestellt. Ergänzend werden die Anforderungen und Bedürfnisse verschiedener Anwendergruppen untersucht. Auf der Basis einer umfangreichen Befragung und transparenten Analyse der Entwicklungen und Anforderungen im Markt für Elektromobilität 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. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) flossen in die Potenzialstudie 54 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorgungsunternehmen (inkl. Netzbetreiber)
- Hersteller und Dienstleister

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern und Technologieanbietern, die zukünftige Marktentwicklung im Bereich Elektromobilität abzuschätzen und unterstützt insbesondere bei der Ausrichtung der Unternehmensstrategie und Positionierung im Bereich Elektromobilität.

So können das langfristig zu erwartende Marktvolumen bzw. die eigenen Absatzchancen vor dem Hintergrund der Entwicklung besser eingeschätzt werden. Energieversorger und Technologieanbieter erhalten u. a. fundierte Informationen zum Stand der Technologie, den Rahmenbedingungen sowie Neuentwicklungen und Anforderungen der Anwender.

Der Nutzen ergibt sich v. a. für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Marketing und Vertrieb. Neuen Marktteilnehmer hilft die Studie, fundierte Entscheidungen zum Markteintritt oder zur strategischen Ausrichtung vorzubereiten.

1	Summaries	15	4.3.1	Ladesysteme	166
1.1	Executive Summary	15	4.3.1.1	Laden über bestehende Steckdosen/ Normalladen	166
1.2	Management Summary	21	4.3.1.2	Schnellladen	168
2	Allgemeine Grundlagen	74	4.3.1.3	Induktives Laden	170
2.1	Einleitung	74	4.3.1.4	Multi-/Triplecharger	172
2.2	Ziele und Nutzen der Studie	75	4.3.1.5	Ladesysteme für Busse/Laden über Oberleitungen	174
2.3	Methodik und Aufbau der Studie	76	4.3.2	Ladestationen und Infrastruktur	176
2.4	Begriffsdefinitionen und Abgrenzungen	84	4.3.3	Lademanagement	181
2.4.1	Elektroantrieb	85	4.3.4	Stecksysteme	182
2.4.2	Elektromobilität	85	4.3.4.1	Wechselstrom-Stecksysteme	183
2.4.3	Fahrzeugklassen	86	4.3.4.2	Gleichstrom-Stecksysteme	185
2.4.4	Smart Grids (intelligente Netze)	86	4.3.4.3	Sonstige Stecksysteme	187
2.4.5	Speichertechnologien	88	4.3.4.4	Kompatibilität einzelner Stecksysteme	187
2.4.6	Vehicle-to-Grid	88	4.4	Infrastrukturkonzepte zur Betankung von Elektrofahrzeugen	189
2.4.7	Virtuelles Kraftwerk	89	4.4.1	Abrechnungssysteme und Verbraucher- schutz	189
3	Rahmenbedingungen	91	4.4.2	Smart Metering als Schnittstelle zwischen Fahrzeug und Ladepunkt	190
3.1	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	91	4.5	Exkurs: Autonomes Fahren (Automated Driving)	191
3.1.1	Privathaushalte	92	5	Status quo	196
3.1.2	Gewerbeunternehmen	94	5.1	Energiemarkt	196
3.1.3	Bund, Länder und Kommunen	96	5.1.1	Strompreisentwicklung	196
3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	99	5.1.2	Stromverbrauch	197
3.2.1	Elektromobilitätsgesetz (EmoG)	101	5.1.3	Stromimport und -export	199
3.2.2	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	103	5.1.4	Preisentwicklung der fossilen Kraft- stoffe	201
3.2.3	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	107	5.2	Straßenverkehr in Deutschland	203
3.2.4	Gesetz zur Digitalisierung der Energie- wende	111	5.2.1	PKW-Fahrzeugbestand nach Antriebs- technologie	204
3.2.5	Gesetz zur steuerlichen Förderung der Elektromobilität im Straßenverkehr (Entwurf)	115	5.2.2	Bestand weiterer Straßenverkehrsteil- nehmer mit Elektroantrieb (Bus, LKW, Zweiräder usw.)	208
3.2.6	Ladesäulenverordnung (LSV)	116	5.2.3	Entwicklung der Treibhausgasemissio- nen im Verkehrssektor	209
3.3	Politische Rahmenbedingungen	118	5.2.4	Kraftstoffverbrauch	212
3.3.1	Nationaler Aktionsplan Energieeffi- zienz (NAPE) und 3. Nationalen Energie- effizienz-Aktionsplan (NEEAP) 2014 der Bundesrepublik Deutschland	119	5.2.5	Steigerung der Fahrzeugeffizienz	215
3.3.2	Nationales Klimaschutzprogramm der Bundes	121	5.2.6	Betankungsinfrastruktur in Deutsch- land	218
3.3.3	Zielsetzungen im Bereich Erneuerbarer Energien	123	5.3	Technischer Entwicklungsstand und Marktreife	221
3.3.4	Zielsetzung und Umsetzung der verkehrspolitischen Strategie	124	5.4	Wirtschaftlichkeit der Elektrofahrzeuge	225
3.3.4.1	Nationaler Entwicklungsplan Elektro- mobilität der Bundesregierung	124	5.5	Modellregionen der Elektromobilität in Deutschland	227
3.3.4.2	Zielsetzung aus dem Koalitionsvertrag	126	5.5.1	Modellregion Hamburg	228
3.4	Förder- und Forschungsprogramme	128	5.5.2	Modellregion Bremen/Oldenburg	234
3.4.1	Forschungsprojekt „CO ₂ -freie Zustellung in Bonn“ bzw. bundesweit	131	5.5.3	Schaufenster Niedersachsen	239
3.4.2	Forschungsprojekt „EMBATT“	132	5.5.4	Modellregion Rhein-Ruhr	240
3.4.3	Forschungsprojekt „SLAM“	133	5.5.5	Modellregion Rhein-Main	244
3.4.4	Umweltbonus	135	5.5.6	Schaufenster Baden-Württemberg	250
3.5	Befragungsergebnisse und Fazit	136	5.5.7	Schaufenster Berlin/Brandenburg	250
4	Technologien	142	5.5.8	Schaufenster Bayern/Sachsen	251
4.1	Elektromobilitätssysteme	142	5.6	Herausforderungen für Niederspan- nungsnetze	251
4.1.1	Hybridelektrofahrzeug (HEV)	143	5.7	Aktuelles Fahrzeugangebot	256
4.1.1.1	Systemstruktur und Anteil der elektri- schen Leistung bei Hybridantrieben	143	5.7.1	Konzeptfahrzeuge	256
4.1.1.2	Plug-in-Hybridelektrofahrzeug (PHEV, klassische Auslegung)	145	5.7.2	Serientaugliche Elektrofahrzeuge	262
4.1.1.3	Fahrzeug mit Range Extender (REEV)	146	5.7.3	Nutzfahrzeuge	264
4.1.2	Batterieelektrofahrzeug (BEV)	147	6	Geschäftsmodelle und Handlungs- optionen für Stadtwerke/ Energie- versorger	268
4.1.3	Brennstoffzellenfahrzeug (FCV/FCEV)	148	6.1	Zielgruppen für Elektromobilität	268
4.1.4	Innovationen in der Fahrzeugtechno- logie	149	6.1.1	Privatpersonen	273
4.2	Energiespeicher/-wandler	152	6.1.2	Unternehmen	275
4.2.1	Akkumulatoren	153	6.1.2.1	Carsharing-Agenturen	276
4.2.1.1	Lithium-Ionen-Akku	156	6.1.2.2	Autovermietungen und Taxiunterneh- men	279
4.2.1.2	Redox-Flow-Akkumulatoren	158	6.1.2.2.1	Autovermietungen	280
4.2.1.3	Entwicklungen und Innovationen im Bereich der Energiespeicher (insb. Batterietechnologie)	160	6.1.2.2.2	Taxiunternehmen	282
4.2.2	Brennstoffzellen	162	6.1.2.3	Lieferserviceunternehmen	284
4.2.3	Range Extender	164	6.1.2.4	Logistikunternehmen/Paketdienste	284
4.3	Laden und Entladen der Elektrofahr- zeuge	164			

ft (2. Auflage)

6.1.2.5	Fahrzeugparks weiterer Wirtschaftsbranchen (zur Personenbeförderung, inkl. öffentlicher Nahverkehr)	285	7.2.2.5	Entwicklung der Akkumulatoren (Reichweite, Energiedichte, Sicherheit)	371	8.2.1.12	Toyota Deutschland GmbH	463
6.1.2.6	Nutzfahrzeuge weiterer Wirtschaftsbranchen (zur Güterbeförderung)	286	7.2.2.6	Entwicklung der Kapazitäten der Batteriehersteller	373	8.2.1.13	FINE Mobile GmbH (Twike)	465
6.1.3	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	287	7.2.2.7	Entwicklung der Infrastruktur zur Betankung der Elektrofahrzeuge	374	8.2.1.14	Volkswagen AG	466
6.1.3.1	Kommunen	287	7.2.2.8	Kosten für die Batterie und den Antriebsstrang	377	8.2.2	Batteriehersteller	471
6.1.3.2	Öffentliche Einrichtungen	289	7.3	Entwicklungen auf dem Markt der Elektromobilität	379	8.2.2.1	A123 Systems, LLC.	471
6.2	Anforderungen der Kunden ...	293	7.3.1	Markttreiber	379	8.2.2.2	Automotive Energy Supply Corporation (AESC)	473
6.2.1	... im Bereich der Infrastruktur	293	7.3.2	Markthemmnisse	381	8.2.2.3	LG Chem Europe GmbH	474
6.2.2	... im Bereich des Vertriebs	294	7.4	Markt im Basisjahr 2015	383	8.2.2.4	Panasonic Corporation	476
6.2.3	... im Bereich der Abrechnungssysteme	296	7.4.1	Anzahl Elektrofahrzeuge nach Kundengruppen	384	8.2.2.5	Saft Batterien GmbH	478
6.3	Bewertung des Ausbaubedarfs...	298	7.4.2	Marktanteil Elektrofahrzeuge nach Kundengruppen	384	8.2.2.6	Samsung SDI Europe GmbH	479
6.3.1	... im Bereich der Infrastruktur	299	7.4.3	Marktvolumen von Elektrofahrzeugen	385	8.2.2.7	SANYO Electric Co., Ltd	481
6.3.2	... im Bereich des Vertriebs	302	7.4.4	Strombedarf durch die Elektromobilität	391	8.2.2.8	Varta Microbattery GmbH	483
6.3.3	... im Bereich der Abrechnungssysteme	306	7.4.5	Anzahl der Ladepunkte nach Technologie	391	8.2.3	Infrastrukturhersteller	485
6.4	Aspekte der Kundenakzeptanz und Kaufbereitschaft	310	7.5	Marktentwicklung bis 2025 in drei Szenarien	394	8.2.3.1	ABB Ltd.	485
6.4.1	Stand der Marktdurchdringung	310	7.5.1	Anzahl Elektrofahrzeuge nach Kundengruppen	396	8.2.3.2	EBG compleo GmbH	487
6.4.2	Aktueller Stellenwert der Elektromobilität	311	7.5.2	Marktanteil Elektrofahrzeuge nach Kundengruppen	399	8.2.3.3	Keba AG	489
6.4.3	Bewertung der Kaufbereitschaft einzelner Kundengruppen aktuell	312	7.5.3	Marktvolumen von Elektrofahrzeugen	402	8.2.3.4	MENNEKES Elektrotechnik GmbH & Co. KG	490
6.4.4	Bewertung der Kaufbereitschaft einzelner Kundengruppen - zukünftig (bis 2025)	313	7.5.4	Strombedarf durch die Elektromobilität bis 2025	403	8.2.3.5	Petring Energietechnik GmbH (wallbe)	493
6.4.5	Kriterien für die Kaufbereitschaft im Bereich der Elektromobilität (nach Kundengruppen)	315	7.5.5	Umsatzpotenzial für Energieversorger	405	8.2.3.6	ROHDE & SCHWARZ GmbH & Co. KG	496
6.5	Geschäftsmodelle und Handlungsoptionen	317	7.5.6	Anzahl/Ausbau der Ladepunkte nach Technologien	406	8.2.3.7	Siemens AG	499
6.5.1	Abrechnung und Dienstleistung	318	8	Wettbewerb	413	8.2.3.8	T-Systems International GmbH	501
6.5.1.1	Abrechnung mit dem Mobilfunk-guthaben	318	8.1	Wettbewerbsstruktur	413	8.2.3.9	Walther-Werke Ferdinand Walther GmbH	503
6.5.1.2	Abrechnung mit der privaten Stromrechnung	319	8.1.1	Marktteilnehmer	414	8.2.4	Energieversorgungsunternehmen	506
6.5.1.3	Abrechnung mit der Parkgebühr	320	8.1.1.1	Batterie-/Technologiehersteller	417	8.2.4.1	DREWAG – Stadtwerke Dresden GmbH	506
6.5.1.4	Abrechnung mit Bezahlkarte	321	8.1.1.2	Fahrzeughersteller	419	8.2.4.2	E.ON Energie Deutschland GmbH	508
6.5.1.5	Angebot spezifischer Tarifmodelle	325	8.1.1.3	Energieversorger	422	8.2.4.3	EnBW Energie Baden-Württemberg	509
6.5.1.6	Applikationen zum Auffinden und Reservieren von Ladesäulen	325	8.1.2	Wettbewerbsintensität	425	8.2.4.4	EnBW Energie Baden-Württemberg	511
6.5.1.7	Integration in Smart-Home-Systeme	326	8.1.2.1	Wettbewerbsintensität aktuell	426	8.2.4.5	EWE Aktiengesellschaft	512
6.5.2	Ladestationen	327	8.1.2.2	Wettbewerbsintensität bis 2025	427	8.2.4.6	swb AG	515
6.5.2.1	Bereitstellung von Ladeinfrastrukturen in privaten und öffentlichen Gebäuden	328	8.1.3	Kooperationen für Weiterentwicklung von Konzepten in der Elektromobilität und Anwenderforschung (Beispiele)	429	8.2.4.7	Stadtwerke München GmbH	516
6.5.2.2	Crowdfunding für Ladestationen	331	8.1.3.1	BMW/MINI und Vattenfall: „MINI E Berlin powered by Vattenfall“	430	8.2.4.8	Stadtwerke Aachen Aktiengesellschaft	518
6.5.2.3	Schnellladestationen	332	8.1.3.2	Renault-Nissan und EDF (und weitere Partner)	432	8.2.4.9	innogy SE	520
6.5.2.4	Induktives Laden	333	8.1.3.3	„smartlab“ („econnect Germany“) – mit Stadtwerken aus sieben Regionen	432	8.2.4.10	Vattenfall GmbH	522
6.5.2.5	Multi-/Triplecharger	334	8.1.3.4	„Flottenversuch Elektromobilität“ – VW und E.ON	435	9	Trends, Chancen und Risiken	526
6.5.3	Werbung an und mit der Ladesäule	336	8.1.4	Kooperationen für Technologieentwicklung und Marktpositionierung	436	9.1	Trends	526
6.5.4	Integration von Strom aus Erneuerbaren Energien	337	8.1.4.1	„BYD Daimler New Technology“	436	9.1.1	Technologietrends	526
6.5.5	Vertrieb von Photovoltaikanlagen in Kombination mit Elektroautos	339	8.1.4.2	„EM-motive“ – Daimler und Bosch	437	9.1.2	Wettbewerbstrends	530
6.6	Bewertung der Geschäftsmodelle und Handlungsoptionen	340	8.1.4.3	Daimler und Tesla	437	9.1.3	Strategietrends	533
7	Markt und Marktentwicklung	348	8.1.4.4	VW und Anhui Jianghuai Automobile (JAC)	438	9.2	Chancen und Risiken	534
7.1	Einleitung	348	8.2	Unternehmensprofile ausgewählter Akteure	439	9.2.1	... für Batterie-/Technologiehersteller	538
7.1.1	Ziele	348	8.2.1	Elektroautohersteller	439	9.2.2	... für Fahrzeughersteller	542
7.1.2	Methodik	349	8.2.1.1	Audi AG	439	9.2.3	... für Energieversorger/Netzbetreiber	545
7.1.2.1	Szenarioanalyse	350	8.2.1.2	Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft (BMW, inkl. Mini)	442	9.2.4	... für weitere Marktakteure	549
7.1.2.2	Szenarienübersicht	353	8.2.1.3	Daimler AG	445	10	Strategien	553
7.2	Grundannahmen und Prämissen	359	8.2.1.4	Adam Opel AG	448	10.1	Strategiedefinition	553
7.2.1	Annahmen und Prämissen für alle Szenarien (Basisprämissen)	359	8.2.1.5	Hyundai Motor Deutschland GmbH	450	10.2	Prozesse zur Strategiefindung	555
7.2.1.1	Durchsetzung von Klimaschutzmaßnahmen	359	8.2.1.6	Kia Motors Deutschland GmbH	452	10.3	Strategische und operative Erfolgsfaktoren	558
7.2.1.2	Strompreisentwicklung	361	8.2.1.7	MMD Automobile GmbH (Mitsubishi Motors)	453	10.4	Ausgewählte Strategieoptionen für Energieversorger/Netzbetreiber	560
7.2.2	Szenariospezifische Prämissen	365	8.2.1.8	NISSAN Center Europe GmbH	455	10.4.1	Aufbau neuer Geschäftsfelder	561
7.2.2.1	Preisentwicklung der fossilen Kraftstoffe (Öl, Benzin, Diesel)	365	8.2.1.9	Groupe PSA Société Anonyme	457	10.4.2	Innovationsstrategie	563
7.2.2.2	Förderung der Elektromobilität	368	8.2.1.10	Renault	459	10.4.3	Follower-Strategie	565
7.2.2.3	Zubau Erneuerbarer Energien	369	8.2.1.11	Tesla Motors, Inc.	461	10.4.4	Kooperation/strategische Partnerschaften	567
7.2.2.4	Bereitschaft der Autoindustrie zum Einstieg in den Markt der Elektromobilität	370				10.5	Ausgewählte Strategieoptionen für Technologieanbieter	575
						10.5.1	Nischenstrategie	577
						10.5.2	Preisführerschaft	581
						10.5.3	Qualitätsführerschaft	583
						10.5.4	Spezialisierung	584
						10.5.5	Technologieführerschaft	586
						11	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	590
						11.1	Abbildungsverzeichnis	590
						11.2	Tabellenverzeichnis	603

Die Studie umfasst 612 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung können sich Inhalte sowie Seitenzahlen 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. 19-0956)
»Potenziale der Elektromobilität für die Energiewirtschaft
(2. Auflage)«
zum Preis vonEUR 4.500,00

und _____ zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)

personalisiert auf* _____

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

- Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnis-Workshops (siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2016** zu.

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 **nicht** damit einverstanden, den Newsletter von trend:research zu erhalten.

Datum

Unterschrift/Stempel

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.

Ergebnis-Workshop

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

Konditionen

Die Potenzialstudie »Potenziale der Elektromobilität für die Energiewirtschaft (2. Auflage)« kostet als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 4.500,00. 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 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.:

- Digitalisierung dezentraler Erzeugung**
Juli 2016, 494 Seiten, EUR 4.900,00
- Smart Grids (4. Auflage)**
Juni 2016, 444 Seiten, EUR 4.900,00
- Batteriespeicher**
April 2016, ca. 391 Seiten, EUR 3.900,00
- Der Markt für Photovoltaik in Deutschland bis 2025**
Februar 2016, ca. 543 Seiten, EUR 4.900,00
- Smart Meter Gateway Administration**
November 2015, 539 Seiten, EUR 4.900,00
- Digitalisierung in der Energiewirtschaft**
Oktober 2015, 553 Seiten, EUR 4.900,00

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