



EMISSIONSHANDEL

Entwicklungen, Strategien, Chancen für Versorger,
Industrieunternehmen, (Umwelt-)Verbände und Organisationen

- Rahmenbedingungen und Hintergründe
- Anforderungen und Voraussetzungen
- Entwicklungsszenarien im Emissionshandel
- Praktische Handelsumsetzung

- Aktuelle Projekte und Erfahrungen
- Marktpotenziale und -entwicklungen
- Wettbewerber/Anbieter/Märkte
- Investitions-Strategien
- Trends, Chancen, Risiken

Mehr denn je besteht große Unklarheit über die Ausprägung des Emissionshandels. Insbesondere die betroffenen energieintensiven Industrien sehen sich heute mit einer Vielzahl politischer Unwägbarkeiten konfrontiert. Es existieren noch keine endgültig festgelegten Richtlinien für eine einheitliche europäische Umsetzung von Seiten der EU. Die ersten Versuche eines freiwilligen Emissionshandels sind aber bereits angelaufen (z.B. BP, HEW), das Projekt Hessen Tender ist mit Erfolg abgeschlossen (CO₂-Reduzierung, niedrige Kosten für Unternehmen für Einstieg und Reduktion). Die bisherigen Ergebnisse dieser Projekte zeigen also, dass ein Emissionshandel nicht zwingend mit Nachteilen verbunden ist, so wie es momentan noch von vielen möglichen Teilnehmern empfunden wird. Ein entsprechendes Erzeugungspotfolio bzw. angepasste Investitionsentscheidungen und Rahmenbedingungen vorausgesetzt, erschließt sich hier mitunter ein neues Geschäftsfeld mit zusätzlichen Einnahmequellen. Gleichzeitig werden durch die Verringerung der Gesamtanzahl an Emissionsrechten fortschrittliche bzw. emissionsarme Erzeugungstechnologien gefördert (Brennstoffzelle, Wind-/Wasserkraft u.a.)

und ein teurer Einstieg kann dann mitunter durch die Emissionsrechte finanziert werden.

Die Studie behandelt dazu u.a. folgende wichtige Fragestellungen:

- Welche Unternehmen und Branchen sind betroffen? Wie wirkt sich der Handel auf sie aus?
- Wie ist der aktuelle Diskussionsstand (rechtliche und politische Rahmenbedingungen, Sanktionsmechanismen, etc.)?
- Wer sind die Markt- und Handelsakteure?
- Wie ist als Marktteilnehmer zu reagieren?
- Wann sollten welche Investitionen getätigt werden?
- Wie groß werden Angebot und Nachfrage (Preisentwicklung)?
- Lassen sich innovative Erzeugungsanlagen durch den Handel wirtschaftlich betreiben?
- Wie läuft Emissionshandel praktisch ab?
- Welche Bedeutung hat ein Risikomanagement?
- Wer hat bereits Erfahrungen im Emissionshandel gesammelt (Projekte)?
- Wie lässt sich ggf. ein neues Geschäftsfeld aufbauen?
- Welche Chancen ergeben sich daraus?

Die Studie gibt Antworten auf diese und weitere Fragen. Sie liefert neben theoretischen Grundlagen und praktischen Hinweisen gezielt Investitions- und Marktoptionen in nachvollziehbaren, mit Prämissen dargestellten Szenarien, zeigt Anforderungen und Voraussetzungen auf und stellt Erfahrungen aus anderen Märkten gegenüber.

value through information.

ZIEL UND NUTZEN DER STUDIE

Die vorliegende Studie setzt sich mit den relevanten Fragestellungen im Zusammenhang mit Emissionshandel auseinander.

Auf Basis einer Darstellung des aktuellen Diskussionsstandes auf internationaler und nationaler Ebene und einer praktischen Umsetzung des Emissionshandels in und zwischen national und international aktiven Unternehmen werden drei Szenarien abgeleitet, die einen Einblick in verschiedene Entwicklungsoptionen für den Emissionshandel erlauben. Diese geben Aufschluss darüber, unter welchen Umständen, in welcher Form und warum die Entwicklungen im Emissionshandel erfolgen und realistisch erscheinen. Dadurch kann eine eigene Erzeugungs-/Investitions-Strategie abgeleitet werden, die es bereits heute erlaubt, sich auf die Bedingungen eines Emissionshandels einzustellen, aktiv Potenziale und Chancen zu nutzen und sich frühzeitig zu positionieren. Ebenso werden Banken, Versicherungen, Verbände und Organisationen durch die Studie bei der Erschließung neuer Aktionsfelder unterstützt.

Damit erlaubt die Studie, sich schon heute auf den zukünftigen Emissionshandel (ab 2005) einzustellen, Investitionsentscheidungen zu überdenken und eine organisatorische Verankerung vorzunehmen (einschließlich Kompetenzaufbau der Mitarbeiter). Die Ermittlung der Trends sowie Chancen und Risiken hilft dabei, das Potenzial des Emissionshandels richtig einzuschätzen, Ansatzpunkte für Aktivitäten zu erhalten und Gefahren einzudämmen.

Der Handel mit Emissionsrechten ...

1997: Kyoto-Protokoll	2002: Start erster Transaktionen in Großbritannien und Dänemark	2003: Es fehlt nur noch die Ratifizierung Russlands zum Inkrafttreten des Protokolls	2005: Beginn des verpflichtenden europaweiten Emissionshandels	2008: Beginn des Emissionshandels zwischen allen Staaten, die Kyoto ratifiziert haben	2012: Kyoto-Ziele sollten erreicht worden sein
---------------------------------	---	--	--	---	--

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 für die Trendstudie ca. 100 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorgungsunternehmen
- ausgewählte Industrie- und Gewerbeunternehmen
- Banken/Finanzdienstleister
- Verbände und sonstige Organisationen aus Industrie, Gewerbe und Umwelt
- Parteien
- Universitäten und Forschungseinrichtungen
- Dienstleister und Berater

Die dargestellten Anwendungen und Märkte und deren Entwicklungen werden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erhoben. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends und Wettbewerb sowie Strategien im Emissionshandel (z.B. Erzeugung, Investitionen, Image).

Mit Hilfe einer multivariaten Trend-Impact-Analyse™ werden diese Daten und Informationen quantifiziert und in einer wissenschaftlichen Datenbank konzentriert. Daraus werden u.a. Szenarien gebildet und entsprechende Prognosen generiert.

Auf dieser Grundlage werden Fakten dargestellt, Grundannahmen präsentiert und Prognosen abgegeben, die nachvollziehbar sind und es innerhalb von Szenarien jedem Versorgungs-, Industrie- und Gewerbeunternehmen und Sonstigen erlauben, selbst individuelle Einschätzungen einfließen zu lassen und ein eigenes Szenario hieraus abzuleiten, auf dessen Basis eine weitere strategische Ausrichtung erfolgt.



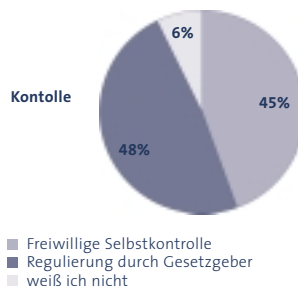
AN WEN SICH DIE STUDIE RICHTET:

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern sowie Industrie- und Gewerbeunternehmen, aber auch Finanzinstituten, Verbänden und Organisationen, zukünftige Potenziale im Emissionshandel einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigenen Maßnahmen vor diesem Hintergrund im Zuge einer Erweiterung der Marktposition bzw. des Aktivitätenkataloges (z.B. Kauf von Emissionsrechten durch Umweltschutzverbände) auf- und auszubauen. Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie für Handel, Marketing und Vertrieb.

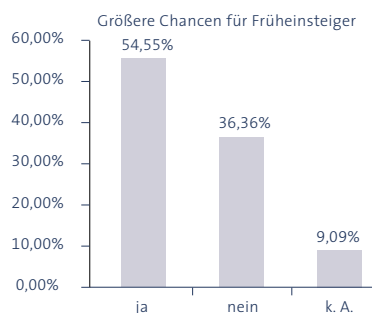
ERGEBNISSE DER VORUNTERSUCHUNG

Die Ergebnisse der Voruntersuchungen zeigen, dass dem Thema Emissionshandel eine große Bedeutung beigemessen wird: So beschäftigen sich die Befragten durch Fachliteratur (61%), über Verbände (18%), durch Teilnahme an Konferenzen (30%) und durch Projekte (12% aktiv, 27% passiv) mit dem Thema. Als Problem wird aber noch fehlende Akzeptanz innerhalb des Unternehmens beschrieben. Deshalb befasst sich ein Großteil (45%) nur oberflächlich mit dem Emissionshandel. Chancen werden aufgrund dieses Wissensstandes vor allem bei Unternehmen mit modernen Anlagen gesehen (49%), als Risiken wurde der Konflikt mit der freiwilligen Selbstkontrolle und uneinheitliche Richtlinien zwischen den Staaten (jeweils 15%) angesehen. Einen positiven Effekt für die Umwelt zweifeln 21% der Befragten in diesem Zusammenhang an.

Auf die Frage nach einer geeigneten Methode zum Erreichen der Klimaziele wird deutlich, dass der Konflikt zwischen einer Freiwilligen Regelung und einer gesetzlich festgelegten noch großen Diskussionsbedarf aufwirft:



Trotzdem sehen über die Hälfte der Befragten eine größere Chance für Früheinsteiger, um rechtzeitig Erfahrungen zu sammeln (30%), um die Rahmenbedingungen mit beeinflussen zu können (18%) und um Potenzial für das eigene Unternehmen zu analysieren.



Die Studie hilft sich auf den Markt auch schon im Vorfeld vorzubereiten und aus den Erfahrungen der vorgestellten Projekte, Meinungen und Szenarien eine eigene Strategie zu entwickeln.

... und wie er funktioniert

1 Management Summary**2 Allgemeine Grundlagen**

- Einleitung, Methodik
- Ziele und Nutzen der Studie
- Begriffsdefinitionen
- Definition der betrachteten Branchen: Energiewirtschaft, Eisen u. Stahl, chemische Industrie, Raffinerien, Glas, Keramik u. Baustoffe, Papier u. Druck
- Wege zur CO₂-Reduzierung
- Warum sich Unternehmen mit Emissionshandel auseinandersetzen sollten

3 Status Quo

- Kyoto-Protokoll und die Folgen
- politische Grundhaltung, aktuelle Vorgaben, Parteipolitik
- Haltung verschiedener Institutionen und Organisationen: BDI, VCI, Bundesverband WindEnergie, Umweltverbände, usw.
- Haltung ausgewählter Unternehmen, nach Branchen: Shell, BP, HEW, BASF...
- Richtlinienvorschläge
- Umsetzung in nationales Recht
- Beispiel KWKG
- Der Konflikt zwischen der freiwilligen Selbstverpflichtung und dem Emissionshandel

4 Einführung in den Emissionshandel

- Ökonomie und Ökologie
- »Betroffene« Unternehmen und Branchen
- Ziele des Emissionshandels für EU, Bund, Industrie und EVU
- Bedeutung und Notwendigkeit eines internationalen Emissionshandels: Umweltschutzrahmen als Standortfaktor
- Emissionshandel = Strukturwandel?

5 Praktischer Emissionshandel

- Umsetzung des Emissionshandels auf nationaler Ebene: Rechtliche Verankerung, Anreizsysteme, Sanktionsmechanismen, Steuer- und Ordnungsrecht
- Minderungsoptionen
- Emissionszertifikate: Emissions-/ Unternehmensbewertung, Zuteilung,...
- Nationaler Emissionshandel: Cap-and-Trade-System
- Länderübergreifender Emissionshandel: Joint Implementation, Clean Development Mechanism
- Handelsplätze
- Handelssysteme
- Preisbildungsmechanismen, monetäre Emissionsbewertung, zu erwartende Marktpreise pro t CO₂, Preissensitivität
- Marktteilnehmer und -akteure: Anbieter, Nachfrager, Broker, Händler, Clearingstellen,...
- Auswirkungen einer Einführung auf verschiedene Akteure und Märkte: Energie, Verkehr, Industrie, Gewerbe, Umweltschutz u.a.
- Schlupflöcher für Marktteilnehmer
- Organisatorische Zuordnung und innerbetriebliche Umsetzung; Optionen für eine Business Unit

- Optionen im Risikomanagement: Identifizierung, Handhabung, Reduzierung, Kompensation, Steuerung und Kontrolle
- Monitoring-Optionen: Messung und Bewertung von Emissionen und Emissionsrechten
- Anforderungen und Kompetenzen im Emissionshandel
- Bedeutung eines Risikomanagements, Handelsunsicherheiten
- Basel II, kontra G-Gesetz, Rating
- Projekte und Erfahrungen, Erfolge, Misserfolge, z.B. Hessentender, HEW, BP, Umweltministerium Niedersachsen, Bayern, Baden-Württemberg (Setup) Nuon u. Shell

6 Akzeptanz des Emissionshandels

- Akzeptanz in der Energiewirtschaft
- Akzeptanz in anderen Bereichen: Eisen u. Stahl, chemische Industrie, Raffinerien, ...
- Akzeptanzprobleme

7 Entwicklungsoptionen und -szenarien im Emissionshandel

- Grundannahmen und Prämissen für die Darstellung verschiedener Entwicklungsmöglichkeiten (Szenarien)
- Darstellung verschiedener Szenarien hinsichtlich zeitlicher Abfolge, Entwicklungsintensität, Regulierungsumfang usw.
- Argumentation und Begründung von Annahmen und Entwicklungen

8 Markt für Emissionen

- Marktvolumen nach Jahren basierend auf den Entwicklungsszenarien
- Marktvolumen nach Branchen: Energiewirtschaft, Eisen u. Stahl, chemische Industrie, Raffinerien, Glas, Keramik u. Baustoffe, Papier u. Druck, weitere
- Preisentwicklung für Kohlendioxidemissionen
- Darstellung des Investitionsverhaltens
- Entwicklung auf nationaler und internationaler Ebene
- Markt nach Handelsplätzen
- Markt für Derivative

9 Internationale Erfahrungen und Entwicklungen

- Erfahrungen und Entwicklungen aus Europa und den USA
- Beispiel Kalifornien: Erfahrungen, Erfolge, Misserfolge
- Beispiel Großbritannien
- Beispiel Dänemark
- Stand der Diskussionen und Umsetzung
- Erwartungen und Ausblick
- Impulse des Auslands auf die nationale Entwicklung

10 Wettbewerb

- Investitionswettbewerb, Preiswettbewerb, Strategiewettbewerb zwischen den Marktteilnehmern

- Unternehmensprofile
- Organisationen, Verbände, Institutionen
- Energieversorger
- Zertifizierungsstellen
- Sonstige

11 Trends

- Nationale und internationale Politik
- Markt
- Trends innerhalb der betrachteten Branchen
- Emissionshandel und Emissionshandelswettbewerb
- Weitere Auslandstrends

12 Chancen und Risiken im Emissionshandel

- Für Energieversorgungsunternehmen
- Für Unternehmen der chemischen Industrie
- Für Mineralölkonzerne
- Für Unternehmen der Branchen Eisen u. Stahl, Papier u. Druck, Glas, Keramik u. Baustoffe
- Für Banken/Finanzdienstleister u. Berater

13 Strategien

- Grundlagen Strategiefindung
- Protektion, Behinderung und Lobbying: Erhalt bestehender Strukturen, Verhinderung der rechtlichen Verankerung
- First Mover: Chancen nutzen und Potentiale ausschöpfen
- Business Unit und Geschäftsfeldaufbau: Emissionshandel als neues Geschäftsfeld
- Erzeugungs-/Anlagenstrategie: Vermeidung versus Verminderung
- Innovationsstrategie: Aufbau emissionsarmer Erzeugungsanlagen, Gegenfinanzierung durch Emissionsrechte
- Imagepositionierung: objektive Messbarkeit des Umweltverhaltens
- Strategien mit Differenzierung zwischen den betrachteten Branchen: **Energiewirtschaft, Eisen u. Stahl, chemische Industrie, Raffinerien, Glas, Keramik u. Baustoffe, Papier u. Druck**
- Strategieempfehlungen für andere Marktteilnehmer z.B. Verbände: Zertifizierungsstrategie

14 Ausblick

- Entwicklungserwartungen in den betrachteten Branchen
- (Zwang zur) Entwicklung des Umweltgedankens
- weitere Umweltziele
- Strukturwandel

15 Praxis-Tipp

- Handlungsempfehlungen
- Identifikation v. Entscheidungsproblemen
- wichtige Hinweise
- Checkliste: Do's und Don'ts
- Vorgehensweise

Die Studie umfasst voraussichtlich über 400 Seiten. Die Gliederung kann sich aufgrund der laufenden Erarbeitung der Studie noch ändern. Inhaltliche Anregungen können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes angenommen werden.

ANTWORT/BESTELLUNG

Zurück im Briefumschlag an:

trend:research
 Institut für Trend- und Marktforschung
 Parkstraße 123
 28209 Bremen

oder per

Fax an: 0421 . 346 72 99

- Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 06-0007) **»Emissionshandel«** zum Preis von EUR 2.700,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir bestellen vor dem 24.3.2003 und erhalten 10% Subskriptionsrabatt.
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

ADRESSE	
FIRMA	
NAME	
FUNKTION	
E-MAIL	
STRASSE	
PLZ/ORT	
INTERNET	
TEL./FAX	
Datum	Unterschrift / Stempel
<small>Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben:</small>	
2. Unterschrift / Name	06-03001

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 Versorgung- und Telekommunikationsmärkten.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an über 80% der größeren EVUs und unterstützt damit existentielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.



KONDITIONEN

Die Potenzialstudie »Emissionshandel« kostet 2.700,00 EUR (persönliches Exemplar).

Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu 300,00 EUR 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 Bestellung bis zum 24.3.2003 gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab April 2003 verfügbar.



WEITERE STUDIEN

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

- Der Markt für Callcenter in der Energiewirtschaft**, 05/03, ca. 400 S., EUR 2.700,00
- IT-Outsourcing in der Energiewirtschaft**, 04/03, ca. 450 S., EUR 2.900,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 04/03, ca. 600 S., EUR 5.500,00
- Mobile IT-Anwendungen in der Energiewirtschaft**, 02/03, 600 S., EUR 2.400,00
- Shared Services in der Energiewirtschaft**, 01/03, 430 S., EUR 2.400,00
- SAP - was nun?**, 01/03, 495 S., EUR 2.900,00
- CRM bei EVU 2003, 2. Auflage**, 11/02, 535 S., EUR 2.900,00
- Kundenbindung und Kundenrückgewinnung in der Energiewirtschaft, 2. Aufl.**, 11/02, 620 S., EUR 2.200,00
- Partnering: Kooperationen, Netzwerke und strategische Partnerschaften**, 2 Module, 09/02, 656 S., EUR 2.400,00/3.200,00
- Multi Utility 2002**, 08/02, 1134 S., EUR 3.200,00
- Neue Gaszählertechnologien**, 06/02, 506 S., EUR 2.900,00
- Outsourcing: Zählerwesen, Abrechnung und Kundenservice**, 04/02, 530 S., EUR 2.400,00
- Neue Vertriebswege in der Energiewirtschaft**, 03/02, 565 S., EUR 2.500,00

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