



# Erdgas im Verkehr:

## Vom Imagefaktor zum wachsenden Geschäftsfeld?

Aktuelle Marktbeobachtung auf der Grundlage von rund 85 Interviews mit Branchenexperten – Studie auf über 600 Seiten

Aktuell werden 99% des Treibstoffs für den Automobilverkehr aus Öl gewonnen. Erdgas stellt jedoch aus nachstehenden Gründen in immer größerem Umfang eine Alternative dar:

**1. Ökonomische Gründe:** Auf Grund der aktuellen Ölpreisentwicklung werden die traditionellen Treibstoffe zunehmend teurer, während Erdgas im Verhältnis zu Benzin und Diesel bis zu 50 Prozent günstiger bleibt. Ein wichtiger Grund für diese finanziellen Vorteile sind die bis 2020 festgelegten Steuererleichterungen. Diese Kostendifferenz führt zu einem steigenden Interesse von Fahrzeughaltern an Erdgasfahrzeugen (vgl. Abbildung).

**2. Ökologische Gründe:** Erdgasfahrzeuge bieten aus ökologischen Gründen eine wichtige Alternative zur bisherigen Antriebstechnik. Die Schadstoffemissionen durch diese Fahrzeuge sind ebenso wie die Geräuschemissionen deutlich niedriger.

**3. Förderprogramme:** Attraktiv für die Fahrzeughalter sind Erdgasfahrzeuge auch durch die zahlreichen,

unterschiedlich gestalteten Förderprogramme beispielsweise von Gasversorgern in Form von Bargeld oder von Tankstellen in Form von Tankgutscheinen.

Die vorliegende Studie beantwortet u.a. folgende Fragestellungen:

- Welche technologischen Neuerungen sind in den nächsten Jahren zu erwarten?
- Welche Fördermodelle existieren aktuell? Welchen Einfluss haben hierbei die verschiedenen Arbeitsgruppen?
- Welche Kooperationen sind sinnvoll zur Erhöhung der Nachfrage?
- Wie entwickeln sich die Marktvolumen?
- Wo liegen Chancen und Risiken für Energieversorger und Tankstellenbetreiber bei der Errichtung von Erdgastankstellen?
- Welche Aspekte können für die Entwicklung in Deutschland aus den Erfahrungen anderer Länder mit Erdgasfahrzeugen genutzt werden?

www.trendresearch.de

Einladung zum Endpräsentation  
am 14. Dezember 2004 in Bremen.  
Anmeldung siehe Rückseite.



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



value through information.

## Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der Nutzung von Erdgas im Verkehr und den geeigneten Vermarktungsstrategien zu stellen sind.

Ausgehend von der aktuellen Situation und den weiteren technologischen und gesetzlichen Entwicklungen werden Potenziale und mögliche Hindernisse sowie Erfolgsfaktoren aufgezeigt. Dies erfolgt anhand der konkreten Darstellung der Marktentwicklung, der qualitativen Darstellung (bspw. eigenen Einsatzmöglichkeiten, Anforderungen der Kunden, usw.) und der Diskussion von erzielten Erfahrungen aus anderen Ländern. Basierend auf diesen Einschätzungen wird aufgezeigt, wie diese Potenziale ausgebaut werden können.

Damit wird es möglich, gezielt eine eigene fundierte Strategie abzuleiten, die Vertriebs- und Erlöspotenziale sowie Kundenbindungs- und Imageaspekte zu benennen und umzusetzen und damit Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

# Einsatz von Erdgas: Echte Potenziale ...

## Nutzen der Studie

Die Studie gibt einen fundierten Einblick in die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen für den Einsatz von Erdgas im Verkehr. Dabei beschreibt sie mögliche Marktentwicklungen anhand unterschiedlicher Szenarien.

Die Studie gibt Hinweise auf die Potenziale von Erdgas und zeigt diese qualitativ und quantitativ auf. Darüber hinaus liefert sie Empfehlungen darüber, wie die Potenziale genutzt werden können und welche Hindernisse dabei zu umgehen sind. Sie erlaubt den Gasversorgern/Stadtwerken, sich zu positionieren, um im Wettbewerb ganz vorne mit dabei zu sein.

Damit ermöglicht die Studie eine Überprüfung der bisherigen eigenen Strategie und ihrer Umsetzung sowie eine zielgerichtete, unternehmensspezifische Fokussierung dieser Strategie.

Auf der Grundlage einer umfangreichen Befragung zu diesem Themenkomplex werden Bedeutung und Potenziale aufgezeigt und Strukturen offengelegt. Es werden Fakten dargestellt, Grundannahmen präsentiert und Prognosen abgegeben, die nachvollziehbar sind und es innerhalb von Szenarien jedem Gasversorger/Stadtwerk erlauben, seine individuellen Einschätzungen einfließen zu lassen und daraus ein eigenes Szenario abzuleiten, auf dessen Basis eine weitere strategische Ausrichtung erfolgen kann. Die Ermittlung von Trends sowie Chancen und Risiken hilft schließlich dabei, das Potenzial und die Risiken zu erkennen und die Entscheidungen in diesem Kontext entsprechend anzupassen, so dass eine schnelle Umsetzung der eigenen Strategie möglich wird.

## ... oder lediglich Imagefaktor?

## Methodik

trend:research setzt zur Erstellung der Studie verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) fließen für die Potenzialstudie 84 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Gasversorgungsunternehmen/Energieversorgungsunternehmen mit Gassparte
- Automobilhersteller
- Tankstellenbetreiber
- Unternehmen mit eigenem Fuhrpark

Die dargestellten Technologien und Märkte sowie deren Entwicklungen wurden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erhoben. Die Auswertung der Anforderungen, Planungen und Entwicklungen führen zu abgesicherten Aussagen über Markt, Chancen, Risiken sowie Strategien.

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

## An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Gasversorgern/Stadtwerken und Querverbundunternehmen, zukünftige Potenziale beim Einsatz von Erdgas im Verkehr einzuschätzen und das eigene Angebot im Zuge einer Erweiterung der Marktposition auf- und auszubauen. Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Marketing und Vertrieb in der Sparte Erdgas.

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| <b>1</b> | <b>Management Summary</b>                       | <b>22</b>  |
| <b>2</b> | <b>Allgemeine Grundlagen</b>                    | <b>54</b>  |
| 2.1      | Einführung                                      | 54         |
| 2.2      | Ziele und Nutzen der Studie                     | 57         |
| 2.3      | Zielgruppe                                      | 59         |
| 2.4      | Inhalt und Vorgehensweise                       | 60         |
| 2.5      | Methodik  | 64         |
| 2.6      | Begriffsdefinitionen                            | 66         |
| 2.6.1    | Erdgas  | 66         |
| 2.6.2    | Autogas   | 66         |
| 2.6.3    | Biogas  | 67         |
| 2.6.4    | Monovalenter Antrieb                            | 68         |
| 2.6.5    | Bivalenter Antrieb                              | 68         |
| 2.6.6    | Weitere Begriffe                                | 68         |
| <b>3</b> | <b>Rahmenbedingungen</b>                        | <b>70</b>  |
| 3.1      | Rechtliche Rahmenbedingungen                    | 70         |
| 3.1.1    | Deutsche Gesetze                                | 70         |
| 3.1.1.1  | Gasmarktliberalisierung                         | 70         |
| 3.1.1.2  | Regulierungsbehörde für den Strom- und Gasmarkt | 71         |
| 3.1.1.3  | Bundes-Immissionsschutzgesetz (BimSchG)         | 73         |
| 3.1.1.4  | Mineralölsteuer                                 | 74         |
| 3.1.1.5  | Abgasgrenzwerte                                 | 78         |
| 3.1.1.6  | TÜV-Vorgaben                                    | 83         |
| 3.1.2    | Internationale Regelungen                       | 84         |
| 3.1.2.1  | Kyoto-Protokoll                                 | 84         |
| 3.1.2.2  | Emissionshandel                                 | 86         |
| 3.1.2.3  | Europäische Verkehrspolitik                     | 88         |
| 3.1.2.4  | EU-Abgasrichtlinie / Euro 5                     | 90         |
| 3.2      | Politische Rahmenbedingungen                    | 92         |
| 3.2.1    | Zielsetzung und Umsetzung                       | 92         |
| 3.2.2    | Programme einzelner Parteien                    | 96         |
| 3.2.2.1  | Bündnis 90 / Grüne                              | 96         |
| 3.2.2.2  | CDU / CSU                                       | 97         |
| 3.2.2.3  | FDP   | 97         |
| 3.2.2.4  | PDS   | 98         |
| 3.2.2.5  | SPD   | 98         |
| 3.2.3    | Förderprogramme                                 | 99         |
| 3.3      | Technologische Entwicklung                      | 107        |
| 3.4      | Betankungsinfrastruktur                         | 110        |
| 3.4.1    | .. in Deutschland                               | 110        |
| 3.4.2    | .. in Europa                                    | 115        |
| 3.4.3    | Planungen                                       | 117        |
| 3.4.3.1  | .. in Deutschland                               | 117        |
| 3.4.3.2  | .. in Europa                                    | 119        |
| 3.5      | Preisentwicklung der Kraftstoffe                | 121        |
| 3.5.1    | Traditionelle Kraftstoffe                       | 121        |
| 3.5.2    | Erdgas  | 130        |
| 3.5.3    | Autogas   | 133        |
| 3.6      | Aktivitäten von Initiativen und Arbeitskreisen  | 135        |
| 3.7      | Förderprogramme von Stadtwerken                 | 139        |
| 3.8      | Erdgas als Imagefaktor                          | 145        |
| <b>4</b> | <b>Technologien</b>                             | <b>150</b> |
| 4.1      | Geschichte der Erdgasfahrzeuge                  | 150        |
| 4.2      | Aktuelle Fahrzeugtechnik                        | 154        |
| 4.2.1    | Monovalenter Antrieb                            | 154        |
| 4.2.2    | Bivalenter Antrieb                              | 156        |
| 4.2.3    | Entwicklung der Erdgastanks                     | 158        |
| 4.3      | Aktuelles Fahrzeugangebot                       | 159        |
| 4.3.1    | Neubau  | 159        |
| 4.3.1.1  | PKW   | 161        |
| 4.3.1.2  | Transporter                                     | 164        |
| 4.3.1.3  | Busse   | 165        |
| 4.3.1.4  | LKW   | 167        |
| 4.3.2    | Umrüstung                                       | 169        |
| 4.4      | Planungen und Forschungsschwerpunkte            | 172        |
| 4.4.1    | DING-Motoren                                    | 172        |
| 4.4.2    | Erdgastanks                                     | 174        |

|          |  |            |          |   |            |           |  |            |
|----------|--|------------|----------|---|------------|-----------|--|------------|
| 4.4.3    | Weitere Planungen                                | 176        | 6.10     | Erfolgsfaktoren   | 295        | 8.5.2     | Rechtliche Rahmenbedingungen                     | 494        |
| 4.5      | Alternative Kraftstoffe                          | 177        | 6.11     | Markteintrittsbarrieren                                     | 297        | 8.5.3     | Erdgasfahrzeuge                                  | 496        |
| 4.5.1    | Biogas   | 177        |          |   |            | 8.6       | Schweden   | 500        |
| 4.5.2    | Autogas  | 179        | <b>7</b> | <b>Wettbewerber</b>   | <b>301</b> | 8.6.1     | Energieversorgung                                | 500        |
| 4.6      | Nutzeranforderungen                              | 182        | 7.1      | Wettbewerbsstruktur und -entwicklung                        | 301        | 8.6.2     | Rechtliche Rahmenbedingungen                     | 502        |
| 4.7      | Einsatzpotenziale                                | 184        | 7.1.1    | Fahrzeughersteller  | 301        | 8.6.3     | Erdgasfahrzeuge                                  | 503        |
| 4.8      | Vorteile des Einsatzes von Erdgasfahrzeugen      | 187        | 7.1.2    | Tankstellenbetreiber  | 305        | 8.7       | Schweiz  | 506        |
| 4.8.1    | Schadstoffemission                               | 188        | 7.2      | Wettbewerbsprofile  | 310        | 8.7.1     | Energieversorgung                                | 506        |
| 4.8.2    | Geräuschemission                                 | 191        | 7.2.1    | Fahrzeughersteller  | 310        | 8.7.2     | Rechtliche Rahmenbedingungen                     | 510        |
| 4.8.3    | Kostenaspekte                                    | 191        | 7.2.1.1  | Citroën AG  | 311        | 8.7.3     | Erdgasfahrzeuge                                  | 514        |
| 4.8.4    | Weitere Vorteile                                 | 194        | 7.2.1.2  | DaimlerChrysler AG  | 314        | 8.8       | Ungarn   | 517        |
| 4.9      | Exkurs: Alternative Antriebs-technologien        | 195        | 7.2.1.3  | EvoBus GmbH   | 319        | 8.8.1     | Erdgasversorgung                                 | 517        |
| 4.9.1    | Brennstoffzellentechnologie                      | 195        | 7.2.1.4  | Fiat Automobil AG   | 323        | 8.8.2     | Rechtliche Rahmenbedingungen                     | 518        |
| 4.9.1.1  | Technik  | 195        | 7.2.1.5  | Ford AG   | 327        | 8.8.3     | Erdgasfahrzeuge                                  | 519        |
| 4.9.1.2  | Einsatzmöglichkeiten                             | 198        | 7.2.1.6  | Iveco AG  | 331        | 8.9       | Schlussfolgerungen für Deutschland               | 520        |
| 4.9.2    | Photovoltaikantrieb                              | 204        | 7.2.1.7  | MAN AG  | 334        | <b>9</b>  | <b>Strategie- und Handlungsoptionen</b>          | <b>525</b> |
| 4.9.3    | Sundiesel  | 204        | 7.2.1.8  | Neoplan GmbH  | 337        | 9.1       | Strategiedefinition                              | 526        |
| <b>5</b> | <b>Zielgruppen und Anforderungen</b>             | <b>207</b> | 7.2.1.9  | Opel AG   | 341        | 9.2       | Generelle Strategieoptionen                      | 529        |
| 5.1      | Zielgruppen                                      | 207        | 7.2.1.10 | Peugeot GmbH  | 345        | 9.2.1     | Diversifikation                                  | 529        |
| 5.1.1    | Autovermieter                                    | 209        | 7.2.1.11 | Volvo GmbH  | 349        | 9.2.2     | Kooperation                                      | 536        |
| 5.1.2    | Car-Sharing-Agenturen                            | 210        | 7.2.1.12 | VW AG   | 352        | 9.2.3     | Verdrängung                                      | 540        |
| 5.1.3    | Großunternehmen mit eigenem Fuhrpark             | 211        | 7.2.2    | Tankstellenbetreiber  | 356        | 9.2.4     | Übernahme  | 546        |
| 5.1.4    | Logistikdienstleistungsunternehmen               | 213        | 7.2.2.1  | Agip GmbH   | 356        | 9.2.5     | Verteidigung                                     | 548        |
| 5.1.5    | Privatpersonen                                   | 215        | 7.2.2.2  | Aral AG / BP AG   | 359        | 9.3       | Strategien für die Automobilindustrie            | 552        |
| 5.1.6    | Taxiunternehmen                                  | 219        | 7.2.2.3  | Avia GmbH   | 366        | 9.4       | Strategien für Logistikunternehmen               | 554        |
| 5.1.7    | Verkehrsunternehmen                              | 221        | 7.2.2.4  | Bundesverband freier Tankstellen e.V.                       | 370        | 9.5       | Strategien für Tankstellenbetreiber              | 556        |
| 5.2      | Anforderungen                                    | 225        | 7.2.2.5  | ConocoPhillips GmbH   | 373        | 9.6       | Strategien für Versorgungsunternehmen            | 558        |
| 5.2.1    | Verfügbarkeit                                    | 228        | 7.2.2.6  | Esso Deutschland GmbH                                       | 376        | <b>10</b> | <b>Trends, Chancen und Risiken</b>               | <b>565</b> |
| 5.2.2    | Emissionen                                       | 228        | 7.2.2.7  | OMV Deutschland GmbH  | 380        | 10.1      | Technologietrends                                | 565        |
| 5.2.3    | Kosten   | 229        | 7.2.2.8  | Orlen AG  | 384        | 10.2      | Kundentrends                                     | 568        |
| 5.2.4    | Wiederverkaufswert                               | 231        | 7.2.2.9  | Shell GmbH  | 388        | 10.3      | Strategietrends                                  | 570        |
| 5.2.5    | Leistung   | 232        | 7.2.2.10 | Total Deutschland GmbH                                      | 392        | 10.4      | Wettbewerbstrends                                | 572        |
| 5.2.6    | Reichweite                                       | 232        | 7.2.3    | Energieversorgungsunternehmen mit Gastankstelle (Beispiele) | 396        | 10.5      | Chancen und Risiken für die Automobilindustrie   | 574        |
| 5.2.7    | Sicherheit                                       | 233        | 7.2.3.1  | EAM Energie AG  | 397        | 10.6      | Chancen und Risiken für die Logistikunternehmen  | 577        |
| <b>6</b> | <b>Markt</b>                                     | <b>236</b> | 7.2.3.2  | Eichsfeldgas GmbH   | 401        | 10.7      | Chancen und Risiken für Privatpersonen           | 580        |
| 6.1      | Einleitung                                       | 236        | 7.2.3.3  | Energieversorgung Apolda GmbH                               | 404        | 10.8      | Chancen und Risiken für Tankstellenbetreiber     | 583        |
| 6.2      | Methodik   | 238        | 7.2.3.4  | Energieversorgung Lohr-Karlstadt                            | 407        | 10.9      | Chancen und Risiken für Versorgungsunternehmen   | 588        |
| 6.3      | Grundannahmen und Prämissen                      | 241        | 7.2.3.5  | EWE AG  | 410        | <b>11</b> | <b>Ausblick</b>                                  | <b>597</b> |
| 6.3.1    | Allgemeine Grundannahmen                         | 241        | 7.2.3.6  | Mainova AG  | 413        | 11.1      | Entwicklungen in der Gaswirtschaft bis 2020      | 597        |
| 6.3.2    | Szenariospezifische Prämissen                    | 248        | 7.2.3.7  | Mitgas GmbH   | 418        | 11.2      | Erdgas im Verkehr                                | 601        |
| 6.3.2.1  | Prämissen für Szenario 1                         | 250        | 7.2.3.8  | Stadtwerke Aachen AG  | 422        | 11.2.1    | Generelle Trendbetrachtung                       | 601        |
| 6.3.2.2  | Prämissen für Szenario 2                         | 252        | 7.2.3.9  | Stadtwerke Aalen GmbH                                       | 425        | 11.2.2    | Technologieentwicklung                           | 602        |
| 6.3.2.3  | Prämissen für Szenario 3                         | 254        | 7.2.3.10 | Stadtwerke Düsseldorf GmbH                                  | 428        | 11.2.3    | Fernere Zielsetzung d. Marktakteure              | 605        |
| 6.4      | Entwicklungen über die letzten Jahre             | 256        | 7.2.3.11 | Stadtwerke Frankfurt (Oder) GmbH                            | 432        | 11.2.4    | Zukünftige Einsatzpotenziale                     | 606        |
| 6.4.1    | Erdgasabsatz                                     | 256        | 7.2.3.12 | Stadtwerke Greven GmbH                                      | 435        | 11.2.5    | Entwicklung bis 2030                             | 607        |
| 6.4.2    | Tankstellennetz in Deutschland                   | 258        | 7.2.3.13 | Stadtwerke Hannover AG / enercity                           | 438        | 11.2.6    | Entwicklung bis 2050                             | 608        |
| 6.4.3    | Erdgasfahrzeuge in Deutschland                   | 260        | 7.2.3.14 | Stadtwerke Rüsselsheim GmbH                                 | 442        | <b>12</b> | <b>Praxis-Tipps</b>                              | <b>611</b> |
| 6.5      | Gaspotenziale                                    | 262        | 7.2.3.15 | Stadtwerke Unna GmbH  | 445        | 12.1      | Handlungsempfehlungen für die Automobilindustrie | 611        |
| 6.6      | Marktvolumen und -entwicklung für drei Szenarien | 267        | 7.2.4    | Weitere Marktakteure  | 448        | 12.2      | Handlungsempfehlungen für Logistikunternehmen    | 613        |
| 6.6.1    | Markt für den Erdgasabsatz                       | 267        | 7.2.4.1  | Erdgas mobil GmbH Co. KG                                    | 449        | 12.3      | Handlungsempfehlungen für (Privat)Nutzer         | 615        |
| 6.6.1.1  | Status Quo 2003                                  | 268        | 7.2.4.2  | Trägerkreis Erdgasfahrzeuge                                 | 452        | 12.4      | Handlungsempfehlungen für die Politik            | 617        |
| 6.6.1.2  | Entwicklung bis 2010                             | 268        | 7.2.4.3  | Initiative »RLP gibt Gas« GbR                               | 455        | 12.5      | Handlungsempfehlungen für Tankstellenbetreiber   | 619        |
| 6.6.1.3  | Ausblick bis 2020                                | 270        | 7.2.4.4  | Initiativkreis Hessen                                       | 458        | 12.6      | Handlungsempfehlungen für Versorgungsunternehmen | 621        |
| 6.6.2    | Markt für den Erdgastankstellen                  | 271        | <b>8</b> | <b>Erfahrungen aus anderen Ländern</b>                      | <b>462</b> |           |  |            |
| 6.6.2.1  | Status Quo 2003                                  | 271        | 8.1      | Argentinien   | 466        |           |  |            |
| 6.6.2.2  | Entwicklung bis 2010                             | 274        | 8.1.1    | Erdgasversorgung  | 466        |           |  |            |
| 6.6.2.3  | Ausblick bis 2020                                | 277        | 8.1.2    | Rechtliche Rahmenbedingungen                                | 468        |           |  |            |
| 6.6.3    | Markt für den Erdgasfahrzeuge                    | 279        | 8.1.3    | Erdgasfahrzeuge   | 470        |           |  |            |
| 6.6.3.1  | Status Quo 2003                                  | 280        | 8.2      | Großbritannien  | 475        |           |  |            |
| 6.6.3.2  | Entwicklung bis 2010                             | 282        | 8.2.1    | Erdgasversorgung  | 475        |           |  |            |
| 6.6.3.3  | Ausblick bis 2020                                | 284        | 8.2.2    | Rechtliche Rahmenbedingungen                                | 476        |           |  |            |
| 6.7      | Qualitative Entwicklung der Märkte               | 286        | 8.2.3    | Erdgasfahrzeuge   | 478        |           |  |            |
| 6.7.1    | Erdgastankstellen                                | 286        | 8.3      | Indien  | 480        |           |  |            |
| 6.7.2    | Erdgasfahrzeuge                                  | 287        | 8.3.1    | Erdgasversorgung  | 480        |           |  |            |
| 6.8      | Marktentwicklung in Europa                       | 289        | 8.3.2    | Rechtliche Rahmenbedingungen                                | 482        |           |  |            |
| 6.8.1    | Erdgasabsatz                                     | 289        | 8.3.3    | Erdgasfahrzeuge   | 484        |           |  |            |
| 6.8.2    | Tankstellennetz                                  | 291        | 8.4      | Italien   | 487        |           |  |            |
| 6.8.3    | Erdgasfahrzeuge                                  | 292        | 8.4.1    | Erdgasversorgung  | 487        |           |  |            |
| 6.9      | Marktpotenziale                                  | 293        | 8.4.2    | Rechtliche Rahmenbedingungen                                | 488        |           |  |            |
|          |  |            | 8.4.3    | Erdgasfahrzeuge   | 489        |           |  |            |
|          |  |            | 8.5      | Österreich  | 492        |           |  |            |
|          |  |            | 8.5.1    | Erdgasversorgung  | 492        |           |  |            |

*Die Studie umfasst 622 Seiten. Durch die laufende Bearbeitung und Aktualisierung der Studie können sich sowohl Seitenzahlen als auch einzelne Punkte leicht verändern.*

**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. 07-7003) »Erdgas im Verkehr« zum Preis von EUR 2.400,00 und  zusätzl. Kopien (je EUR 300,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir nehmen an einer Endpräsentation zur Studie am 14. Dezember 2004 in Bremen teil.
- Wir sind an einem individuellen Workshop zur Potenzialstudie interessiert. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf.
- Bitte senden Sie uns Informationen zur Studie:  
 »Gasmarkt 2004« (Nr. 06-7002)
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.

**ADRESSE**

|          |
|----------|
| FIRMA    |
| NAME     |
| FUNKTION |
| STRASSE  |
| PLZ/ORT  |
| TEL./FAX |
| E-MAIL   |

 nein

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

Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben:

Datum      Unterschrift / Stempel      07-11001

**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.

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 »Erdgas im Verkehr« kostet 2.400,00 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 gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab sofort verfügbar.

**VERANSTALTUNGEN ZUR STUDIE**

Mit der Darstellung ausgewählter Studienergebnisse in der Endpräsentation am 14. Dezember 2004 in Bremen werden die in der Befragung gewonnenen Erkenntnisse direkt vermittelt und das praktische Vorgehen unterstützt. Für Studienbesteller ist die Teilnahme an der Endpräsentation kostenlos.

**WEITERE STUDIEN**

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

- Ökostrom: Beschaffung und Vertrieb**, 10/04, 640 S., EUR 3.900,00
- Regelenergie**, 10/04, 463 S., EUR 4.800,00
- Heizkostenverteilung und -abrechnung**, 09/04, 700 S., EUR 4.400,00
- Kraftwerksneubau in Deutschland: Projekte, Potenziale, Chancen und Risiken**, 08/04, 1.092 S., EUR 5.500,00
- Shared Services in der Energiewirtschaft – Unbundling: Chance oder Risiko?**, 08/04, 719 S., EUR 2.400,00
- Dezentrale Erzeugung**, 07/04, 606 S., EUR 4.400,00
- E-Ticketing**, 02/04, 566 S., EUR 3.300,00
- Zählerwesen: Unbundling, Marktpotenziale, Prozessoptimierung**, 02/04, 705 S., EUR 3.500,00
- Gasmarkt 2004**, 12/03, 554 S., EUR 3.400,00
- ÖPNV im Wettbewerb?**, 09/03, 651 S., EUR 3.900,00
- IT-Roadmap 2007 - Energiewirtschaft**, 11/03, 533 S., EUR 3.600,00
- Kraftwerke 2020 (in Begleitung des VGB)**, 11/03, 823 S., EUR 8.900,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 05/03, 620 S., EUR 5.500,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter [www.trendresearch.de](http://www.trendresearch.de) abrufen.

**trend:research**  
 Institut für Trend- und Marktforschung