



Erdgas im Verkehr:

Vom Imagefaktor zum wachsenden Geschäftsfeld?

Aktuelle Markt Betrachtung 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 Kostendiskrepanz 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,

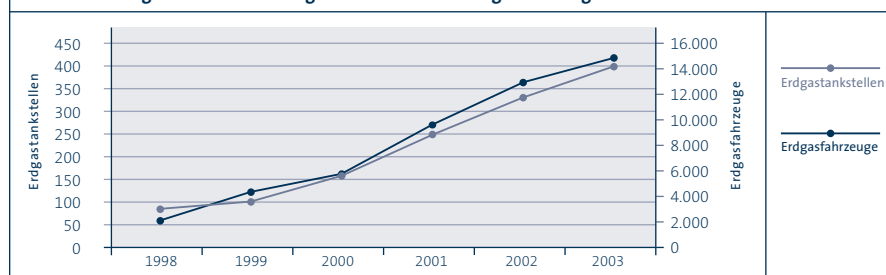
unterschiedlich gestalteten Förderprogramme beispielsweise von Gasversorgern in Form von Bargeld oder von Tankstellen in Form von Tankgutscheinen.

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?

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.

Entwicklung der Anzahl der Erdgastankstellen und Erdgasfahrzeuge in Deutschland



value through information.

● Parkstraße 123
● 28209 Bremen

● Tel.: 0421 . 43 73 0-0
● Fax: 0421 . 43 73 0-11

● www.trendresearch.de
● info@trendresearch.de

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



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.

1	Management Summary	22
2	Allgemeine Grundlagen	54
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
3	Rahmenbedingungen	70
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
4	Technologien	150
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	7	Wettbewerber	301	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	9	Strategie- und Handlungsoptionen	525
4.9.3	Sundiesel	204	7.2.1.8	Neoplan GmbH	337	9.1	Strategiedefinition	526
5	Zielgruppen und Anforderungen	207	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 Versorgungs- unternehmen	558
5.2.1	Verfügbarkeit	228	7.2.2.6	Esso Deutschland GmbH	376	10	Trends, Chancen und Risiken	565
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
6	Markt	236	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	11	Ausblick	597
6.3.1	Allgemeine Grundannahmen	241	7.2.3.6	Mainova AG	413	11.1	Entwicklungen in der Gaswirt- schaft 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	12	Praxis-Tipps	611
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	8	Erfahrungen aus anderen Ländern	462			
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 abrufen.

trend:research

Institut für Trend- und Marktforschung