



# Energiedienstleistungen in Österreich bis 2015

## Marktpotenziale, Produkte, Wettbewerb

Die Studie ist ab sofort  
erhältlich und umfasst  
1.028 Seiten.

- Differenzierte Kundenanalyse in 5 Zielkundengruppen: Kommunen/ öffentliche Einrichtungen, Industrie, Wohnungs- und Immobilienwirtschaft, Krankenhäuser/Altenheime, Facilities
- Status quo: Produkte und Leistungen im Markt
- Optionen im Vertrieb

- Marktvolumen 2006 und Marktentwicklung nach Zielkundengruppen und Dienstleistungsbereichen bis 2015
- Wettbewerbsanalyse und -profile
- Strategie- und Handlungsempfehlungen zum Geschäftsfeldauf/-ausbau

Insbesondere die stetig steigenden Energiepreise, aber auch z.B. die Verpflichtung zur Einhaltung der CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele, erhöhen zunehmend das Bewusstsein der Energiekunden für Energieeffizienzmaßnahmen.

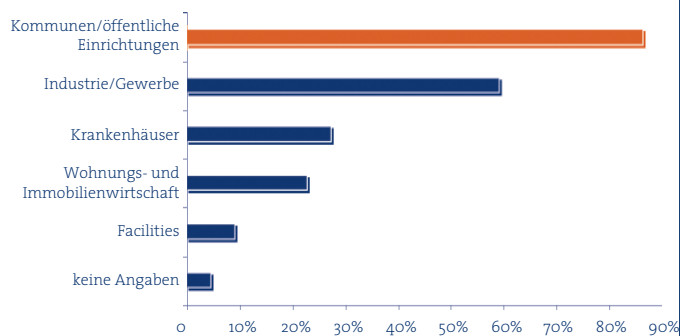
Dies veranlasst zunehmend mehr Energieversorger, Energiedienstleistungen als eigenes Geschäftsfeld aufzubauen oder zumindest als ergänzenden Service zur Energielieferung anzubieten. Dabei reicht das Leistungsspektrum von der schon fast standardmäßig angebotenen Energieeinsparberatung bis hin zu komplexen Energieversorgungslösungen im Rahmen eines umfassenden Einspar- oder Anlagen-Contractings.

Die größte Nachfrage für diese und weitere Energiedienstleistungen erwarten die im Rahmen der Studie befragten Anbieter zukünftig im kommunalen Bereich (vgl. Abb. links). Insbesondere hier stehen die Entscheidungsträger unter öffentlichem Druck, Energie einzusparen und damit auch Kosten zu senken. Doch welche konkreten Anforderungen stellen die Kommunen und weitere wichtige Kundengruppen an die Leistungserbringung und an den Service? Und welche Schlüsse lassen sich daraus für den Auf- und Ausbau des Geschäftsfeldes ziehen? Dies sind wesentliche Fragen, denen sich die Studie widmet.

Auf Basis einer umfangreichen Befragung mit insgesamt 126 Interviews auf Anbieter- und Nachfragerseite werden auf über 1.000 Seiten die Anforderungen der Kunden analysiert, Absatzpotenziale in den relevanten Anwenderbranchen untersucht und das Marktvolumen ermittelt. Darüber hinaus werden weitere Fragestellungen beantwortet, z.B.:

- Wie sieht das derzeitige Dienstleistungsangebot im Markt aus?
- Wie lässt sich der Bereich Energiedienstleistungen in die Unternehmensstruktur integrieren?
- Wie können Vertrieb und Vermarktung von Energiedienstleistungen ausgestaltet werden?
- Wer sind die Wettbewerber? Welche Strategien verfolgen sie?
- Mit welchen Strategien lässt sich das Geschäftsfeld weiterentwickeln, z.B. vom reinen Kundenbindungsinstrument zur umfassenden Dienstleistung mit hohem Umsatzpotenzial?
- Wie lassen sich regionale Absatzpotenziale für Energiedienstleistungen ermitteln?

In welchen Kundengruppen erwarten Sie in den nächsten 2-5 Jahren das größte Nachfragewachstum für Energiedienstleistungen?  
(Mehrfachnennungen möglich)



# Energiedienstleistungen in Österreich bis 2015: Marktpotenziale

## Inhalt der Studie

## Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der Entwicklung und Vermarktung von Energiedienstleistungen im österreichischen Energiemarkt zu stellen sind. Ausgehend von den aktuellen branchenspezifischen Anforderungen werden sowohl die Entwicklungen auf der Nachfrageseite als auch auf Angebotsseite berücksichtigt.

Auf dieser Basis werden der Gesamtmarkt und Teilmärkte differenziert nach Dienstleistungen und Branchen dargestellt, das Marktvolumen berechnet und Szenarien über die künftige Marktentwicklung erstellt. Darüber hinaus werden Trends analysiert und Strategieempfehlungen gegeben, um als Energieversorger oder spezialisierter Dienstleister geeignete Strategien zum Auf- bzw. Ausbau des Dienstleistungsangebotes entwickeln zu können.

## Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) wurden für die Potenzialstudie 126 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen durchgeführt:

Zielgruppen	Interviews
Industrie	30
Gemeinden und öffentliche Einrichtungen	25
Krankenhäuser und Altenheime	15
Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	20
Facilities (z.B. Hotels, Kinos, Freizeiteinrichtungen)	13
EVU und spezialisierte Energiedienstleister als Anbieter	23
<b>Summe</b>	<b>126</b>

## An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern, Contractoren sowie spezialisierten Dienstleistern und Anbietern von Energiedienstleistungen, zukünftige Potenziale im Bereich der Energiedienstleistungen einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigenen Maßnahmen vor diesem Hintergrund auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich z.B. für Vorstände, Geschäftsführer, Marketing, Vertrieb, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung und -entwicklung, Leiter Energiedienstleistungen, Leiter technische Dienstleistungen, Leiter Contracting, Leiter kundennahe Anlagen, Geschäftsfeldverantwortlicher u.ä.

<b>1</b>	<b>Management Summary</b>	<b>34</b>	4.3.2.2.1	Gewerbliche Kälteanlagen	268
<b>2</b>	<b>Allgemeine Grundlagen</b>	<b>109</b>	4.3.2.2.2	Klimaanlagen	269
2.1	Einleitung	109	4.3.2.3	Druckluft	270
2.2	Ausgangssituation der Studie	110	4.3.2.4	Beleuchtung	271
2.3	Ziele und Nutzen der Studie	113	4.4	Facility Management	274
2.4	Methodik der Studie	119	4.5	Systemdienstleistungen	284
2.5	Begriffsdefinitionen und Abgrenzung	126	4.6	Sonstige Energiedienstleistungen	285
2.5.1	Energiedienstleistungen	126	4.6.1	Kunden-Online-Service	285
2.5.1.1	Definitionen auf Anbieterseite	129	4.6.2	Infrarot-Thermografie	286
2.5.1.1.1	Contracting/Drittfinanzierung	129	4.6.3	Labor-Dienstleistungen / Umweltanalytik	287
2.5.1.1.2	Facility Management	130	4.6.4	Inhouse Powerline Communication	288
2.5.1.1.3	Befragungsergebnisse	131	4.6.5	Energieaudit: Gebäude-Energiepass	290
2.5.1.2	Definitionen auf Nachfrageseite (Befragungsergebnisse)	132	4.7	Zusammenfassung: Übersicht über das Angebot von Energiedienstleistungen	291
2.5.2	Energiernahe Dienstleistungen	140	<b>5</b>	<b>Kundenanforderungen: Befragungsergebnisse ausgewählter Zielkundengruppen</b>	<b>297</b>
2.5.3	Energieferne Dienstleistungen	140	5.1	Industrie	297
2.5.4	Technische (Energie-) Dienstleistungen	141	5.1.1	Energetische Ausgangssituation	297
2.5.5	Systemdienstleistungen	141	5.1.2	Anforderungen an Produkte / Dienstleistungen	307
<b>3</b>	<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>143</b>	5.1.3	Anforderungen an Energiedienstleister	314
3.1	Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	143	5.1.4	Weitere Anforderungen	317
3.1.1	Strommarkt	143	5.2	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	320
3.1.2	Gasmarkt	151	5.2.1	Energetische Ausgangssituation	320
3.1.3	Wärmemarkt	157	5.2.2	Anforderungen an Produkte / Dienstleistungen	328
3.2	Gesetzliche Rahmenbedingungen	159	5.2.3	Anforderungen an Energiedienstleister	336
3.2.1	EU-Rahmenrichtlinien	159	5.2.4	Weitere Anforderungen	338
3.2.1.1	Unbundling	159	5.3	Krankenhäuser / Altenheime	341
3.2.1.2	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen	162	5.3.1	Energetische Ausgangssituation	341
3.2.1.3	EU-Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen	164	5.3.2	Anforderungen an Produkte / Dienstleistungen	350
3.2.1.4	Konsequenzen der Richtlinienvorgaben für die EVU	167	5.3.3	Anforderungen an Energiedienstleister	355
3.2.2	Nationale Richtlinien und Rechtsprechung	170	5.3.4	Weitere Anforderungen	357
3.2.2.1	Elektrizitätswirtschafts- und Organisationsgesetz ELWOG	170	5.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	359
3.2.2.2	Regulierungsbehörde	171	5.4.1	Energetische Ausgangssituation	359
3.2.2.3	Ökostromgesetz	177	5.4.2	Anforderungen an Produkte / Dienstleistungen	366
3.2.2.4	Umweltaspekte: Kyoto-Protokoll, Emissionshandel, Klimaschutzstrategie	180	5.4.3	Anforderungen an Energiedienstleister	374
3.3	Rahmenbedingungen in ausgewählten Zielkundengruppen	190	5.4.4	Weitere Anforderungen	376
3.3.1	Industrie	190	5.5	Facilities	380
3.3.2	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	193	5.5.1	Energetische Ausgangssituation	380
3.3.3	Krankenhäuser / Altenheime	203	5.5.2	Anforderungen an Produkte / Dienstleistungen	386
3.3.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	205	5.5.3	Anforderungen an Energiedienstleister	391
3.3.5	Facilities	207	5.5.4	Weitere Anforderungen	393
3.4	Fördermöglichkeiten/ -programme für Energiedienstleistungen	213	5.6	Vergleich und Übersicht: Kundenanforderungen	394
3.4.1	National	213	<b>6</b>	<b>Anwendungsbeispiele und Fallstudien</b>	<b>399</b>
3.4.2	Bundeslandspezifisch	218	6.1	Anwendungsbeispiele für...	399
<b>4</b>	<b>Energiedienstleistungen: Bestandsaufnahme</b>	<b>225</b>	6.1.1	...Energie(-daten)management	399
4.1	Einleitung und Übersicht	225	6.1.2	...Contracting	402
4.2	Energiemanagement	227	6.1.3	...Facility Management	407
4.2.1	Energieeinsparberatung	230	6.1.4	...Sonstige Energiedienstleistungen	411
4.2.2	Energiecontrolling	233	6.2	Fallstudien	420
4.2.3	Energieportfoliomanagement	236	6.2.1	Energiedienstleistungen für Industrie	420
4.2.4	Energiekonzeptionierungen	238	6.2.2	Energiedienstleistungen für Kommunen/öffentliche Einrichtungen	426
4.2.5	Lastmanagement	240	6.2.3	Energiedienstleistungen für Krankenhäuser/Altenheime	431
4.2.6	Lastgangmessung	244	6.2.4	Energiedienstleistungen für Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	435
4.2.7	Least-Cost-Planning	244	6.2.5	Energiedienstleistungen für Facilities	438
4.2.8	Integrierte Ressourcenplanung	246	<b>7</b>	<b>Organisation und Prozesse</b>	<b>445</b>
4.2.9	Qualitätsmanagement	246	7.1	Anforderungen an die Organisationsstruktur (Aufbau-/ Ablauforganisation)	445
4.2.10	IT-basierte Dienstleistungen	249	7.2	Aufbauorganisation: Darstellung und Bewertung verschiedener Modelle	452
4.2.10.1	Energiedatenmanagement	249	7.2.1	Modell 1: EDL im Energievertrieb	452
4.2.10.2	Energieabrechnung (Billing)	250	7.2.2	Modell 2: EDL im Vertrieb Dienstleistungen	454
4.2.10.3	Geografische Informationssysteme	253	7.2.3	Modell 3: EDL als eigenes (Haupt-) Geschäftsfeld	455
4.2.10.4	Visualisierung von Daten	256			
4.3	Contracting	257			
4.3.1	Contracting-Formen	261			
4.3.1.1	Einspar-Contracting	261			
4.3.1.2	Anlagen-Contracting	262			
4.3.2	Energie- / Medienlieferung (Prozess-)Wärme	264			
4.3.2.1	Dampf	265			
4.3.2.1.1	Heizwärme	266			
4.3.2.1.2	Warmwasser	267			
4.3.2.1.3	Kälte	268			

# ale, Produkte, Wettbewerb

7.2.4	Modell 4: EDL-Angebot durch eigene Gesellschaft	456	9.3.4.1	Differenziert nach Zielkunden- gruppen	646	11.1.2	Technologietrends	852
7.3	Ablauforganisation	459	9.3.4.2	Differenziert nach Dienstleistungs- bereichen	650	11.1.3	Markttrends	855
7.3.1	Kernprozesse bei Energiedienst- leistungen	459	9.3.4.3	Energieeinspareffekte durch EDL bis 2015	653	11.1.4	Produktrends	858
7.3.1.1	Prozesskette	459	9.3.5	Zusammenfassung	655	11.1.5	Wettbewerbstrends	860
7.3.1.2	Energiedatenmanagement	472	<b>10</b>	<b>Wettbewerb</b>	<b>657</b>	11.1.6	Strategietrends	864
7.3.1.3	Contracting	481	10.1	Wettbewerb in der Energiewirt- schaft	657	11.2	Chancen und Risiken	867
7.3.1.4	Facility Management	487	10.1.1	Wettbewerbsebenen	657	11.2.1	Chancen und Risiken für Anbieter von Energiedienstleistungen	867
7.3.1.5	Systemdienstleistungen	491	10.1.2	Wettbewerbsstrukturen	658	11.2.1.1	EVU	867
7.4	Ansätze und Erfahrungen der befragten Anbieter von Energie- dienstleistungen	492	10.1.3	Wettbewerb bei den Energie- lieferungen	661	11.2.1.2	Spezialisierte Energiedienstleister	873
7.5	Beispiele aus der Praxis	494	10.2	Wettbewerb im Markt für Energie- dienstleistungen	670	11.2.2	Chancen und Risiken für Nachfrager von Energiedienstleistungen	877
<b>8</b>	<b>Vertrieb und Vermarktung von Energiedienstleistungen</b>	<b>500</b>	10.2.1	Wettbewerbsstrukturen	671	11.2.2.1	Allgemeine Chancen und Risiken für Nachfrager von Energiedienst- leistungen	877
8.1	Vertrieb	500	10.2.2	Typen von Wettbewerbern	677	11.2.2.2	Branchenspezifische Chancen und Risiken für Nachfrager von Energie- dienstleistungen	881
8.1.1	Vertriebskanäle	501	10.2.3	Entwicklung des Wettbewerbs	678	<b>12</b>	<b>Strategien</b>	<b>885</b>
8.1.1.1	Grundlagen: Direkte und indirekte Vertriebskanäle	501	10.2.4	Portfolio-Benchmark: Bewertender Vergleich der Produkte sowie des Produktportfolios relevanter An- bietertypen	685	12.1	Einleitung und Strategiedefinitionen	885
8.1.1.2	Alternative Vertriebskanäle	503	10.2.4.1	Listung und Beschreibung der Produkte	686	12.2	Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategie	887
8.1.1.3	Neue Vertriebswege	523	10.2.4.2	Bewertung anhand vergleichbarer Kriterien	687	12.3	Optionen zur Strategiefindung und Erfolgsfaktoren	889
8.1.1.4	Befragungsergebnisse	528	10.2.4.3	Portfoliobetrachtung des Produkt- programms	689	12.4	Übersicht und Befragungser- gebnisse: Strategieoptionen der Anbieter von EDL	896
8.1.1.5	Fazit	532	10.2.5	Erfolgsfaktoren	690	12.5	Strategien nach Art des Anbieters	902
8.1.2	Multi-Utility	534	10.2.6	Profile ausgewählter Wettbewerber und Anbieter von EDL	695	12.5.1	Strategieoptionen für EVU	903
8.1.3	Vertriebskooperationen und -partnerschaften	536	10.2.6.1	Energieversorger	695	12.5.2	Strategieoptionen für spezialisierte Energiedienstleister	908
8.1.4	Vertriebs-Controlling	541	10.2.6.1.1	BEGAS – Burgenländische Erdgasver- sorgungs-AG	695	12.6	Strategiebeispiele nach Art der Dienstleistung	914
8.1.4.1	Anforderungen an ein Vertriebs- Controlling	541	10.2.6.1.2	Burgenländische Elektrizitätswirt- schafts-Aktiengesellschaft (BEWAG)	702	12.6.1	Strategiebeispiel als Anbieter von Energiemanagement-Lösungen	914
8.1.4.2	Instrumente des Vertriebs-Con- trollings	543	10.2.6.1.3	Elektrizitätswerk Wels AG	708	12.6.2	Strategiebeispiel als Anbieter von Contracting-Lösungen	915
8.1.4.3	Befragungsergebnisse	550	10.2.6.1.4	Energie AG Oberösterreich	713	12.6.3	Strategiebeispiel als Anbieter von Facility-Management-Lösungen	916
8.2	Vermarktung	551	10.2.6.1.5	Energie Graz GmbH & Co KG	718	12.6.4	Weitere Strategiebeispiele	916
8.2.1	Marketinginstrumente	551	10.2.6.1.6	Energie Steiermark AG	723	12.7	Vertriebsstrategien	918
8.2.2	Markenbildung	570	10.2.6.1.7	EVN AG	727	12.7.1	Preisstrategie	922
8.2.3	Kundenservice	584	10.2.6.1.8	E-Werk Gösting Stromversorgungs GmbH	732	12.7.2	Geografische Strategien	925
8.2.4	Kundensegmentierung	586	10.2.6.1.9	Innsbrucker Kommunalbetriebe AG	736	12.7.2.1	Lokaler / regionaler Marktauftritt	925
8.2.5	CRM für Energiedienstleister	588	10.2.6.1.10	KELAG - Kärntner Elektrizitäts- Aktiengesellschaft	741	12.7.2.2	Nationaler Marktauftritt	929
8.2.6	Leistungs- und Produktgestaltung	591	10.2.6.1.11	LINZ AG für Energie, Telekommu- nikation, Verkehr und Kommunale Dienste	746	12.7.3	Spezialist vs. Full-Service-Dienst- leister	933
8.2.6.1	Einzelprodukte	593	10.2.6.1.12	Oekostrom AG	752	12.7.3.1	Spezialisierung / Einzelleistung	933
8.2.6.2	Bündelprodukte	593	10.2.6.1.13	oberösterreichische Ferngas Aktien- gesellschaft	758	12.7.3.2	Full Service Dienstleister / Multi- Utility	936
8.2.6.3	Branchenspezifische Individuali- sierung	594	10.2.6.1.14	Österreichische Fernwärmegesell- schaft m.b.H.	762	12.7.4	Technologieführerschaft	938
8.2.6.4	Standardisierung	594	10.2.6.1.15	Salzburg AG	766	12.7.5	Markenbildung	941
8.2.6.5	Vermarktung innerhalb/außerhalb des Versorgungsgebietes	595	10.2.6.1.16	Stadtwerke Hartberg GmbH	771	12.7.6	Kundenbindungsstrategien	944
8.2.6.6	Full-Service-Angebot (inkl. System- dienstleistungen)	596	10.2.6.1.17	Stadtwerke Klagenfurt AG	775	12.8	Weitere Strategien	947
8.2.6.7	Befragungsergebnisse	597	10.2.6.1.18	TIWAG-Tiroler Wasserkraft AG	779	12.8.1	Besetzung von Nischen	947
8.2.7	Finanzplanung bei Energiedienst- leistungen	598	10.2.6.1.19	Voralberger Kraftwerke AG	783	12.8.2	Partnerschaft/Kooperation	951
8.2.7.1	Planungsgrößen	599	10.2.6.1.20	WIEN ENERGIE GmbH	788	12.8.3	Weitere	955
8.2.7.2	Einflussfaktoren	600	10.2.6.2	Spezialisierte Energiedienstleister	794	12.8.3.1	Ausgründung / Marktgang	955
8.2.7.3	Planungstechnik Szenarioanalyse	601	10.2.6.2.1	Axima Gebäudetechnik GmbH	794	12.8.3.2	Mergers & Acquisitions	958
8.2.7.4	Renditebetrachtung	602	10.2.6.2.2	CONNEX - Energieberatungs-, Planungs- und Betriebs GmbH	798	12.8.3.3	Innovationsorientierte Strategie / First Mover	961
8.3	Bewertung und Lösungsansätze	607	10.2.6.2.3	Honeywell Austria Ges.m.b.H.	803	<b>13</b>	<b>Ausblick</b>	<b>965</b>
<b>9</b>	<b>Markt und Marktentwicklung für Energiedienstleistungen</b>	<b>610</b>	10.2.6.2.4	JOHNSON CONTROLS AUSTRIA GMBH & CO OHG	808	13.1	Einleitung	965
9.1	Einleitung: Erläuterung zur Methodik	611	10.2.6.2.5	MCE Building & Infrastructure Solution GmbH	812	13.2	Energiewirtschaft 2020 in Österreich	966
9.1.1	Darstellung verschiedener Szenarien	612	10.2.6.2.6	Nahwärme.at Energie-Contracting GmbH & Co. KG	817	13.3	Entwicklungen auf der Anbieterseite	971
9.1.2	Methodik	614	10.2.6.2.7	Porr Solutions Immobilien- und Infrastrukturprojekte GmbH	822	13.4	Entwicklungen in den Anwender- branchen	973
9.2	Grundannahmen und Prämissen	616	10.2.6.2.8	Pro Energy Contracting GmbH	827	13.5	Technologische Entwicklungen	975
9.2.1	Allgemeine Grundannahmen für alle Szenarien	616	10.2.6.2.9	SIEMENS AG Österreich Building Technologies	831	13.6	Energiedienstleistungen der Zukunft	977
9.2.2	Szenariospezifische Prämissen	622	<b>11</b>	<b>Trends, Chancen und Risiken</b>	<b>836</b>	<b>14</b>	<b>Weiteres Vorgehen / Praxistipps</b>	<b>981</b>
9.2.2.1	Szenario 1: Konservative Marktent- wicklung	622	11.1	Trends	836	14.1	Business Case Planung: Vorgehens- weise zur Bestimmung regionaler Absatzmarktpotenziale	982
9.2.2.2	Szenario 2: Erwartete Marktentwick- lung (Referenzszenario)	625	11.1.1	Kundentrends	837	14.2	Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren	986
9.2.2.3	Szenario 3: Progressive Marktent- wicklung	629	11.1.1.1	Industrie	838	14.3	Kommunikationsstrategien	995
9.2.3	Übersicht: Entwicklung der Grund- annahmen und Prämissen bis 2015 nach Szenarien	632	11.1.1.2	Kommunen/öffentliche Einrich- tungen	842	14.4	Checklisten	999
9.3	Markt und Marktentwicklung für Energiedienstleistungen	633	11.1.1.3	Krankenhäuser/Altenheime	845	14.4.1	Produkt-/Dienstleistungskatalog	999
9.3.1	Markteintrittsbarrieren	638	11.1.1.4	Wohnungs- und Immobilien- wirtschaft	847	14.4.2	Organisationsmodelle: Auswahl	1003
9.3.2	Markttreiber	639	11.1.1.5	Facilities	850	14.4.3	Weitere	1007
9.3.3	Marktvolumen 2006	640						
9.3.3.1	Differenziert nach Zielkunden- gruppen	641						
9.3.3.2	Differenziert nach Dienstleistungs- bereichen	642						
9.3.4	Szenariospezifische Marktentwick- lung bis 2015	643						

Die Studie umfasst 1.028 Seiten und ist ab sofort erhältlich. Aufgrund von Aktualisierungen können sich die Seitenzahlen sowie einzelne Punkte ggf. noch leicht ändern.

## 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. 10-0527)  
»Energiedienstleistungen in Österreich bis 2015: Marktpotenziale, Produkte, Wettbewerb«  
zum Preis von EUR 4.900,00  
und  zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)  
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2008** zu.

- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.).  
Ggf. erhalten wir Mengenrabatt.

- Hiermit bestellen wir  Exemplar(e) des trend:buch  
Energiewirtschaft 2006/2007 zum Preis von je EUR 98,00.  
- zzgl. gesetzl. MwSt., zzgl. Versand -

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden.

- Erhalt dieser Disposition
- Internet
- Empfehlung durch
- Presseartikel in
- Sonstiges

### ADRESSE

FIRMA	
NAME	
FUNKTION	
STRASSE	
PLZ/ORT	
TEL./FAX	
E-MAIL	
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail den Newsletter zu erhalten.
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.
Datum	Unterschrift/Stempel <span style="float: right;">10-1205-160</span>

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

### 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 sich stark wandelnder Märkte, z.B. der liberalisierten Energie- und Telekommunikationsmärkte.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an Unternehmen der Energiewirtschaft: Neben ca. 90 % der deutschen EVU sowie deren Zulieferer und Berater sind auch viele österreichische Unternehmen bereits Kunde, darunter TIWAG, Verbund, VKW, Wienstrom, VA Tech - die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.

### Konditionen

Die Potenzialstudie »Energiedienstleistungen in Österreich bis 2015: Marktpotenziale, Produkte, Wettbewerb« kostet EUR 4.900,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 400,- 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 erhältlich.



### Weitere Studien

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

- Wärmemarkt Deutschland 2015**, 12/07, 1.165 S., EUR 4.900,00
- Der Markt für Contracting in Österreich bis 2010**, 01/05, 600 S., EUR 4.900,00
- Der Markt für Contracting in der Schweiz**, geplant, ca. 600 S., EUR 4.900,00
- Contracting für Großanlagen**, 07/07, 684 S., EUR 5.800,00
- Energieförder-Contracting 2015**, geplant, ca. 750 S., EUR 5.500,00
- Energiedienstleistungen 2015**, 12/06, 992 S., EUR 4.900,00
- Kälte-Contracting**, 11/06, 720 S., EUR 3.500,00
- Biomasse-Contracting**, 06/06, 705 S., EUR 3.900,00
- Einspar-Contracting**, 04/06, 717 S., EUR 3.900,00
- Druckluft-Contracting**, 12/05, 682 S., EUR 3.900,00
- Contracting bei Privatkunden**, 09/05, 570 S., EUR 3.200,00
- Contracting bei Kommunen und öffentlichen Einrichtungen**, 05/05, 578 S., EUR 3.400,00
- Contracting in der Industrie**, 02/05, 620 S., EUR 4.600,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 05/03, 620 S., EUR 5.500,00
- Contracting im Krankenhaus**, 06/04, 504 S., EUR 3.400,00
- Der Markt für Netzdienstleistungen**, 04/06, 723 S., EUR 4.500,00

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

©trend:research, 2007