



Energieeffizienz: Innovative Produkte und Dienstleistungen

Ranking, Marktentwicklung, Wettbewerb

Einladung zum Startworkshop
in **Bremen** (Termin noch zu vereinbaren).
Nähere Informationen siehe Rückseite.

research.de

- Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Organisatorische und technische Innovationen
- Status quo von Angebot und Nachfrage
- Kundenanforderungen
- Ranking von Produkten und Dienstleistungen
- Marktpotenziale und -entwicklungen
- Anbieter, Dienstleister und Wettbewerbsanalyse
- Strategien und Praxis-Tipps

1.480.000 – das ist die Zahl der Treffer, die Energieeffizienz bei Google erzielt. Als Schlagwort bei Energiepreisen, Erzeugungsanlagen oder in der Architektur ist Energieeffizienz bereits fest verankert. Das Bewusstsein für Energie auf Verbraucherseite steigt, bedingt durch die steigenden Energiekosten einerseits und die Klimadiskussion andererseits: 97 Prozent aller Unternehmen ist die Energieeffizienz „sehr wichtig“ oder „wichtig“.

Nun stehen Energieversorger, Energiedienstleister und andere Anbieter vor der Herausforderung, sich frühzeitig auf diesem stark wachsenden Markt zu etablieren und Kompetenzen in den richtigen Bereichen zu entwickeln. Dieser Schritt wird allerdings durch die stetig steigende Anzahl an Produkten und Dienstleistungen zur Steigerung der Energieeffizienz erschwert: Es gibt viele Ansätze für neue Produkte und Dienstleistungen, die ein hohes Potenzial bieten, einen Markterfolg aber nicht garantieren.

Diese Herausforderungen bei der Positionierung als Anbieter wie auch als Kunde werden zum einen durch rechtliche Unsicherheiten, wie beispielsweise im Contracting, und zum anderen durch fehlende Bewertungsmöglichkeiten für die neuen Produkte und Dienstleistungen verstärkt.

Die Studie „Energieeffizienz: Innovative Produkte und Dienstleistungen“ klärt diese und weitere Fragestellungen und stellt auf der Basis von ausführlichem Desk Research und einer umfangreichen Befragung von Innovatoren, Nachfragern und weiteren Experten eine wertvolle Entscheidungsgrundlage dar:

Innovatoren, Anbieter

- Welche Gründe sprechen für und gegen einen Markteintritt?
- Welche Nachfrage besteht nach Energieeffizienz-Produkten und -Dienstleistungen?
- Wie positioniert man sich erfolgreich am Markt?
- Welche Produkte und Dienstleistungen passen am besten in das eigene Portfolio?
- Wer sind geeignete Partner?

Nachfrager, Kunden

- Welche Produkte und Dienstleistungen in welchen Bereichen gibt es?
- Welche Investitionen lohnen sich?
- In welchen Bereichen lassen sich Einsparungen erzielen?
- Wie kann man neue Produkte und Dienstleistungen in die bestehenden (Produktions-) Prozesse einbinden?

Energieeffizienz: Innovative Produkte und Dienstleistungen

Geplanter Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Versorgern, Energiedienstleistern anderen Anbietern einen **strukturierten Überblick** über den Markt für Energieeffizienz unter Berücksichtigung wesentlicher Einflussfaktoren. Durch **Verknüpfung** einer detaillierten Betrachtung von Produkten, Dienstleistungen, Anbietern und Entwicklungen auf der einen Seite und einer qualifizierten Erfassung der Nachfrage, der Anforderungen und des Status-quo auf der anderen Seite soll diese Studie einen **technologischen und organisatorischen Wegweiser** darstellen. Auf dieser Basis können das eigene **Angebotsportfolio** qualifiziert entwickelt und ausgebaut oder die eigene **Energieeffizienz verbessert** werden.

Methodik

Die vorliegende Studie beantwortet die vielfältigen Fragen durch rund 100 Interviews und Analysen mit Experten aus der Energiewirtschaft, den Anbietern und den Nachfragern von Produkten und Dienstleistungen zur Steigerung der Energieeffizienz. Wichtigstes Instrument hierbei ist ein teilstandardisierter Frageleitfaden, mit dessen Hilfe quantitative (Umsätze, Entwicklungskosten, Marktvolumen etc.) und qualitative Aspekte (Stimmungen, Erfahrungen etc.) erfasst werden.

Zusätzlich setzt trend:research verschiedene Desk-Research-Methoden wie umfangreiche Intra- und Internet-Datenbank-Analysen in Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw. ein.

An wen sich die Studie richtet

Die Studie richtet sich an Innovatoren von Produkten und Dienstleistungen im Bereich Energieeffizienz – Energieversorger, Energiedienstleister, Ingenieurbüros etc. Weiterhin richtet sich die Studie an (potenzielle) Nachfrager und Kunden der Produkte und Dienstleistungen.

Zusätzlich dient sie Beratungshäusern, Hochschulen und anderen institutionellen Einrichtungen als Wissensbasis.

1.	Management Summary	4.	Status quo: Einsatz und Kundenanforderungen
2.	Allgemeine Grundlagen	4.1	Ausgangssituation: Marktsituation und Kundenstruktur in den Zielkundengruppen
2.1	Ausgangssituation der Studie	4.1.1	Gesundheitswesen
2.2	Ziele und Nutzen der Studie	4.1.2	Industrieunternehmen
2.3	Einleitung und Aufbau der Studie	4.1.3	Kommunen, öffentliche Einrichtungen
2.4	Methodik und Studiendesign	4.1.4	Privat- und Gewerbetunden
2.5	Begriffsdefinitionen	4.1.5	Wohnungs- und Immobilienunternehmen
2.6	Überblick über bestehende Studien	4.2	Aktueller Einsatz von Produkten und Dienstleistungen
3.	Rahmenbedingungen	4.2.1	nach Zielkundengruppen
3.1	Allgemeine Rahmenbedingungen	4.2.1.1	Gesundheitswesen
3.1.1	...nach Wertschöpfungsstufen in der Energiewirtschaft	4.2.1.2	Industrieunternehmen
3.1.1.1	Erzeugung	4.2.1.3	Kommunen, öffentliche Einrichtungen
3.1.1.2	Netze	4.2.1.4	Privat- und Gewerbetunden
3.1.1.3	Handel	4.2.1.5	Wohnungs- und Immobilienunternehmen
3.1.1.4	Marketing und Vertrieb	4.2.2	nach Medium
3.1.1.5	Shared Services	4.2.2.1	Strom
3.1.2	...nach Märkten in der Energiewirtschaft	4.2.2.2	Gas
3.1.2.1	Strommarkt	4.2.2.3	Wärme
3.1.2.2	Gasmarkt	4.3	Kundenanforderungen
3.1.2.3	Wassermarkt	4.3.1	nach Zielkundengruppen
3.1.2.4	Wärmemarkt	4.3.1.1	Gesundheitswesen
3.1.3	...nach weiteren Einflussfaktoren	4.3.1.2	Industrieunternehmen
3.1.3.1	Historische Entwicklung	4.3.1.3	Kommunen, öffentliche Einrichtungen
3.1.3.2	Klimawandel	4.3.1.4	Privat- und Gewerbetunden
3.1.3.3	Rohstoffknappheit und Energiekosten	4.3.1.5	Wohnungs- und Immobilienunternehmen
3.1.3.4	Angebot und Nachfrage	4.3.2	nach Medium
3.1.3.5	Kernenergiepolitische Entscheidungen	4.3.2.1	Strom
3.1.3.6	Nationales Klimaschutzprogramm der Bundesregierung	4.3.2.2	Gas
3.1.3.7	Aktuelle CO ₂ -Debatte	4.3.2.3	Wärme
3.1.3.8	Ausbau der erneuerbaren Energien	5.	Innovationen
3.1.3.9	Förderprogramme in Deutschland	5.1	Produkte (inkl. SWOT-Betrachtung)
3.1.3.10	Weitere	5.1.1	nach Zielkundengruppen
3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	5.1.1.1	Gesundheitswesen
3.2.1	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	5.1.1.2	Industrieunternehmen
3.2.2	Erneuerbare Energien-Gesetz (EEG)	5.1.1.3	Kommunen, öffentliche Einrichtungen
3.2.3	Energieeffizienzrichtlinien	5.1.1.4	Privat- und Gewerbetunden
3.2.3.1	2002/91/EG Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	5.1.1.5	Wohnungs- und Immobilienunternehmen
3.2.3.2	2002/91/EG/ 2006/32/EG EU-Richtlinie Endenergieeffizienz und Energiedienstleistungen	5.1.2	nach Medium
3.2.4	EnEG / EnEV	5.1.2.1	Strom
3.2.5	Kraft-Wärme-Kopplungs-Moder- nisierungsgesetz	5.1.2.2	Gas
3.2.6	Ökosteuern/Energiesteuergesetz	5.1.2.3	Wärme
3.2.7	BlmSchG / BImSchV	5.2	Dienstleistungen (inkl. SWOT-Betrachtung)
3.2.8	Integriertes Energie- und Klimaschutzprogramm (IEKP)	5.2.1	nach Zielkundengruppen
3.2.9	Weitere	5.2.1.1	Gesundheitswesen
		5.2.1.2	Industrieunternehmen
		5.2.1.3	Kommunen, öffentliche Einrichtungen
		5.2.1.4	Privat- und Gewerbetunden
		5.2.1.5	Wohnungs- und Immobilienunternehmen
		5.2.2	nach Medium
		5.2.2.1	Strom

5.2.2.2	Gas	7.4.5.1	Marktentwicklung nach Szenario 1	9.1.3.2	Industrieunternehmen
5.2.2.3	Wärme	7.4.5.2	Marktentwicklung nach Szenario 2	9.1.3.3	Kommunen, öffentliche Einrichtungen
6.	Potenzialindex Energieeffizienz (PIE): Analyse/ Bewertung der Produkte und Dienstleistungen	7.4.5.3	Marktentwicklung nach Szenario 3	9.1.3.4	Privat- und Gewerbekunden
6.1	Methodik	7.4.6	Markt nach Zielkundengruppen	9.1.3.5	Wohnungs- und Immobilienunternehmen
6.2	Bewertungskriterien und -skalen	7.4.6.1	Gesundheitswesen	9.1.4	Produktrends
6.2.1	Produkt- bzw. Dienstleistungsstatus	7.4.6.2	Industrieunternehmen	9.1.5	Dienstleistungstrends
6.2.2	Innovator, Anbieter	7.4.6.3	Kommunen, öffentliche Einrichtungen	9.1.6	Markttrends
6.2.3	Entwicklungsstand	7.4.6.4	Privat- und Gewerbekunden	9.1.7	Wettbewerbstrends
6.2.4	Marktaussichten: Marktreife, Wirtschaftlichkeit	7.4.6.5	Wohnungs- und Immobilienunternehmen	9.1.8	Strategietrends
6.2.5	Einsparpotenzial gegenüber Substitut	7.4.7	Weitere Teilmärkte	9.1.9	Auslandstrends
6.2.6	Akzeptanz bei den Kundengruppen	7.4.8	Qualitative Marktentwicklung	9.1.10	Weitere
6.2.7	Preise	8.	Wettbewerb	9.2	Chancen und Risiken
6.2.8	Weitere	8.1	Wettbewerbsentwicklung in der Energiewirtschaft	9.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger
6.3	Bestimmung der Umsetzungswahrscheinlichkeiten/ Ranking der Produkte und Dienstleistungen	8.2	Wettbewerb bei Energieeffizienz-Produkten und -Dienstleistungen	9.2.2	Chancen und Risiken für Energiedienstleister
6.3.1	Produkte	8.3	Wettbewerb um Zielkundengruppen	9.2.3	Chancen und Risiken für Zielkundengruppen
6.3.2	Dienstleistungen	8.4	Alleinstellungsmerkmale	9.2.4	Weitere
6.4	Zusammenfassung	8.5	Bekanntheit und Image	10.	Strategien
7.	Der Markt für Energieeffizienz in Deutschland	8.6	Ausgewählte Innovatoren und Anbieter (inkl. SWOT-Betrachtung)	10.1	Einleitung und Strategiedefinitionen
7.1	Einleitung und Erläuterung zur Darstellung des Marktes und der angewandten Methodik	8.6.1	Anbieter von Energieeffizienz-Produkten (z.B: Anlagen, Systeme, Technologien)	10.2	Einfluss von Rahmenbedingungen auf die Strategie
7.2	Grundannahmen und Prämissen	8.6.1.1	AL-KO THERM	10.3	Strategische Erfolgsfaktoren
7.2.1	Annahmen für alle Szenarien	8.6.1.2	Bosch Thermotechnik	10.4	Übersicht möglicher Strategieoptionen
7.2.1.1	Allgemeine Grundannahmen	8.6.1.3	LouRius	10.4.1	Strategien für Innovatoren und Anbieter
7.2.1.2	Ausgewählte Grundannahmen: Energieeffizienz	8.6.1.4	MAN Turbo	10.4.2	Strategien für Nachfrager und Kunden
7.2.2	Exogene und endogene Schocks/ Impacts	8.6.1.5	MTU Friedrichshafen	10.4.3	Weitere
7.2.3	Überblick über szenariospezifische Annahmen	8.6.1.6	ÖKOTEC	11.	Ausblick
7.2.3.1	Gesamtwirtschaft	8.6.1.7	Siemens	11.1	Einleitung
7.2.3.2	Energiewirtschaft allgemein	8.6.1.8	Vaillant Deutschland	11.2	Die Energiewirtschaft in 2020
7.2.3.3	Angebot von Produkten und Dienstleistungen	8.6.1.9	Viessmann Werke	11.3	Energieeffizienz-Produkte in 2020
7.2.3.4	Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen	8.6.1.10	Wolf	11.4	Energieeffizienz-Dienstleistungen in 2020
7.2.3.5	Entwicklung des Wettbewerbs	8.6.1.11	Weitere	12.	Praxis-Tipps
7.2.4	Annahmen für Szenario 1: „Moderater Einsatz energieeffizienter Leistungen“	8.6.2	Anbieter von Energieeffizienz-Dienstleistungen (z.B: Contracting, Energie-Management)	12.1	Bewertung von Optionen (Rankings)
7.2.5	Annahmen für Szenario 2: „Marktgetriebener Einsatz von energieeffizienten Leistungen“ (Referenz)	8.6.2.1	E.ON Gruppe	12.1.1	für Innovatoren und Anbieter
7.2.6	Annahmen für Szenario 3: „Boom energieeffizienter Leistungen“	8.6.2.2	Ecofys Germany	12.1.2	für Nachfrager und Kunden
7.3	Befragungsergebnisse: Bewertung der Rahmenbedingungen	8.6.2.3	EnBW Gruppe	12.2	Kooperationen
7.4	Markt und Marktentwicklung	8.6.2.4	ENVIDATEC	12.3	Handlungsfeld Marketing und Vertrieb
7.4.1	Allgemeine Markttreiber	8.6.2.5	Evonik New Energies	12.4	Handlungsfeld Einkauf
7.4.2	Allgemeine Marktbarrieren	8.6.2.6	EWE	12.5	Weitere
7.4.3	Preise und Kosten	8.6.2.7	GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik		
7.4.4	Gesamtmarkt: Marktpotenzial und Marktvolumen 2009	8.6.2.8	Mainova		
7.4.5	Marktentwicklung bis 2020	8.6.2.9	RWE Gruppe		
		8.6.2.10	Süwag Energie		
		8.6.2.11	Vattenfall Gruppe		
		8.6.2.12	Weitere		
		9.	Trends, Chancen und Risiken		
		9.1	Trends		
		9.1.1	Trends bei Energieversorgern		
		9.1.2	Trends bei Energiedienstleistern		
		9.1.3	Trends bei den Zielkundengruppen		
		9.1.3.1	Gesundheitswesen		

Die Studie umfasst ca. 700 Seiten. Aufgrund der laufenden Einarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern. Inhaltliche Vorschläge können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes aufgenommen werden.

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. 12-0929)
»Energieeffizienz: Innovative Produkte und Dienstleistungen«

- als Energieversorger oder -dienstleister
zum Preis von EUR 5.900,00
- als institutionelle Einrichtung, Beratungshaus bzw. Nachfrager; ohne Marktkapitel
zum Preis von EUR 3.200,00

und zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- Wir sind an einer Teilnahme am **Startworkshop in Bremen** (Termin noch zu vereinbaren) interessiert.
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **2009** zu.

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
	12-0212-237

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

TREND:RESEARCH

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktfor- schungsstudien 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, aufberei- tet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams - auch mit externen Experten - garantiert die ganz- heitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

Schwerpunkt sind Untersuchungen für und in sich stark wandelnden Märkten, z.B. in den liberalisierten Energie- und Entsorgungsmärkten.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersu- chungen an über 90% der größeren EVU und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen - die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.

Konditionen

Die Potenzialstudie **»Energieeffizienz: Innovative Pro- dukte und Dienstleistungen«** kostet 5.900,00 EUR (Energiever- sorger und -dienstleister; persönliches Exemplar) bzw. 3.200,00 EUR (institutionelle Einrichtungen, Beratungshäuser, Nachfra- geseite; ohne Marktkapitel). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu 400,00 EUR pro Kopie zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsweise ist per Überwei- sung oder Scheck innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstel- lung. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt.



Veranstaltung zur Studie

Im Startworkshop in **Bremen** wird die Methodik der Studie dargestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit den teilnehmenden Unternehmen diskutiert. Der Startworkshop ermöglicht darüber hinaus durch den gezielten und engen Er- fahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen. Mit der Darstellung ausgewählter Studienergebnisse in einer Endpräsentation (Termin zu vereinbaren) werden die aus der Befragung gewon- nenen Erkenntnisse für Studienbesteller direkt vermittelt und das praktische Vorgehen unterstützt.



Weitere Studien

- trend:research gibt weitere Studien heraus, z.B.:
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2015 (überarbeitete und erweiterte 2. Auflage)**, 02/2009, ca. 750 Seiten, EUR 5.900,00
 - Windenergie: Repowering in Deutschland 2009 bis 2015**, 01/09, ca. 700 Seiten, EUR 4.500,00
 - Technologiemonitor Renewables+**, 07/08, 1.258 Seiten, EUR 5.900,00
 - Der Markt für Ökostrom 2008-2012 (3. Auflage)**, 10/08, 1.060 Seiten, EUR 3.900,00
 - No Frills: Energy: Oder: Was der Energiemarkt für den 2. Liberalisierungsakt von Aldi, RyanAir, Klarmobil & Co. lernen kann**, 05/07, 1.099 Seiten, 3.900,00
 - Energiedatenmanagement im liberalisierten Zählen und Messen (Herausforderungen, Systeme, Marktschnittstel- len)**, 06/09, ca. 800 Seiten, EUR 4.400,00
 - Energieautomatisierung in der Industrie: Technologien, Märkte, Potenziale (geplant)**, 05/09, ca. 700 Seiten, EUR 4.200,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
©trend:research, 2009