



# Der Markt für Solarthermie in Deutschland bis 2020

## Rahmenbedingungen, Marktentwicklung, Wettbewerbsübersicht, Trends

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

- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren
- Technologische Entwicklungen und Innovationen
- Vertriebsoptionen und Marketingkonzepte im Wärmemarkt

- Analyse der Marktpotenziale und -entwicklungen bis 2020
- Wettbewerbsanalyse inkl. Unternehmensprofilen
- Trends, Chancen und Risiken

Deutschland ist europaweit führend was die installierte Leistung aus solarthermischen Anlagen angeht, Ende 2010 waren 9,8 GW<sub>th</sub> Gesamtleistung zu verzeichnen. Die solare Erzeugung von Wärme gilt als eine der erfolgversprechendsten Erneuerbare-Energie-Technologien. In 2010 waren die Rahmenbedingungen für den weiteren Ausbau der Solarthermie in der Bundesrepublik jedoch eher schlecht. In 2010 wurden rund 800 MW<sub>th</sub> neu hinzugebaut, was einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr um etwa ein Viertel bedeutet. Grund hierfür sind Verunsicherungen bzgl. der Förderung solarthermischer Anlagen, da das Marktanreizprogramm im Mai 2010 kurzzeitig ausgesetzt wurde, um im Juli unter verschärften Bedingungen erneut in Kraft zu treten.

Zudem lässt die hohe Vergütung von solarem Strom die Nachfrage nach Photovoltaik-Anlagen steigen, weshalb Photovoltaik als wesentliche Konkurrenz zur Solarthermie betrachtet werden kann. Die Studie prognostiziert daher nicht nur die Entwicklung im Markt für Solarthermie, sondern geht auch auf die Entwicklung der Photovoltaik ein.

Verschiedene F&E-Aktivitäten stehen im Fokus der Solarbranche (vgl. Abb. links). U. a. wird in der Studie auf die Kombination solarthermischer Anlagen mit anderen Wärmetechnologien eingegangen und wesentliche Entwicklungen

dargestellt. Darüber hinaus werden Anwenderanforderungen und Anwendungsbeispiele aufgezeigt.

Auf der Basis von ausführlichem Desk Research und einer umfangreichen Befragung von ca. 100 Anlagenherstellern, Wärmeversorgern und -anwendern sowie weiteren Experten vermittelt die Studie einen Überblick über den Solarthermiemarkt und beantwortet dabei u.a. folgende Fragestellungen:

- Wie entwickeln sich die Rahmenbedingungen für den weiteren Ausbau der Solarthermie in Deutschland?
- Welche Auswirkungen haben die Entwicklungen beim Zubau von Photovoltaik-Anlagen auf die Nachfrage nach Solarthermie?
- Welche Anforderungen stellen die unterschiedlichen Kundengruppen?
- Welche technologischen Innovationen sind zu erwarten und wo liegen die Schwerpunkte bei F&E-Aktivitäten der Hersteller?
- Welche Vertriebskanäle eignen sich am besten?
- Welche Trends sind zu beobachten? Welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus für die Hersteller?
- Welche Strategien sind für die unterschiedlichen Marktteilnehmer Erfolg versprechend?

Worauf konzentrieren sich Ihrer Meinung nach die derzeitigen F&E-Aktivitäten in der Solarthermie-Branche?  
(Hersteller, n=16; N=32)



Abbildung 1: Worauf konzentrieren sich Ihrer Meinung nach die derzeitigen F&E-Aktivitäten in der Solarthermie-Branche? (Quelle: trend:research-Potenzialstudie „Erneuerbare Energien im Wärmemarkt bis 2020“)

# Der Markt für Solarthermie in Deutschland bis 2020

## Geplanter Inhalt der Studie

## Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang mit der Entwicklung der Solarthermie in Deutschland in Bezug auf Einflussfaktoren, Marktentwicklung und Wettbewerb zu stellen sind.

Ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen werden die Anforderungen der Zielkundengruppen in den Segmenten

- Industrie und Gewerbe
- Kommunen und öffentliche Einrichtungen
- Immobilienwirtschaft und Hausbesitzer/Privatkunden

sowie die Entwicklung von Angebot und Nachfrage bis 2020 im Detail analysiert und dargestellt.

Damit wird es möglich, gezielt eine eigene fundierte Produkt- und Vertriebsstrategie abzuleiten, die wichtigen Anforderungen und kritischen Erfolgsfaktoren zu benennen und umzusetzen, um sich damit erfolgreich für die Zukunft im Markt für Solarthermie aufzustellen.

## Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen sowie der Analyse von Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte etc., fließen für die Potenzialstudie ca. 100 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Hersteller/Systemanbieter
- Wärmeversorger
- Wärmenutzer
  - Industrie und Gewerbe
  - Kommunen und öffentliche Einrichtungen
  - Immobilienwirtschaft und Hausbesitzer/Privatkunden
- Weitere Experten

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden u. a. mit Hilfe der o. g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Markt, Wettbewerb, Trends sowie Strategien. Mit Hilfe der multivariaten Trend-Impact-Analyse™ werden Daten und Informationen quantifiziert und in einer wissenschaftlichen Datenbank konzentriert. Daraus werden u. a. Szenarien gebildet und entsprechende Prognosen für die Marktentwicklung generiert.

## An wen sich die Studie richtet

Mit Hilfe der Potenzialstudie können sich sowohl Hersteller von Solarthermieanlagen, wie auch Systemanbieter, Großhändler und Projektentwickler einen Überblick über zukünftige Potenziale von Erneuerbaren Energien im Wärmemarkt verschaffen.

Der Nutzen ergibt sich insbesondere für Vorstände/ Geschäftsführung, Leiter Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Marketing und Vertrieb.

<b>1</b>	<b>Summaries</b>	4.6.3	Flachdach
1.1	Executive Summarie	4.6.4	Weitere
1.2	Management Summary	4.7	Solare Klimatisierung
		4.8	Planung und Installation
		4.9	Neuentwicklungen im Bereich Solarthermie
<b>2</b>	<b>Allgemeine Grundlagen</b>		
2.1	Einleitung	4.9.1	Befragungsergebnisse
2.2	Aufbau und Inhalt der Studie	4.9.2	Neue Produkte und Technologien (Auswahl)
2.3	Ziele und Nutzen	4.9.2.1	Vollaluminiumabsorber
2.4	Methodik	4.9.2.2	Soldardachziegel
2.5	Begriffsdefinitionen und Abgrenzung	4.9.2.3	Drain-Back-Systeme
		4.9.2.4	Solar-Hybrid-Kollektoren
		4.9.2.5	Weitere
		4.10	Wärmespeicher
<b>3</b>	<b>Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren</b>	4.10.1	Kombispeicher
3.1	Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	4.10.2	Pufferspeicher
3.1.1	Strommarkt	4.10.3	Erdsonden-Wärmespeicher
3.1.2	Gasmarkt	4.10.4	Fernwärmespeicher
3.1.3	Wärmemarkt	4.10.5	Schichtenspeicher
3.1.4	Kyoto-Protokoll und Post-Kyoto-Prozess	4.10.6	Warmwasser-Wärmespeicher
3.1.5	Emissionshandel	4.10.7	Heißwasser-Wärmespeicher
3.1.6	Netze	4.10.8	Innovationen
3.1.6.1	Stromnetz	4.10.8.1	Latentwärmespeicher
3.1.6.2	Wärmenetz	4.10.8.2	Sensible Wärmespeicher
3.1.7	Energiekonzept der Bundesregierung	4.10.8.3	Sorptive Wärmespeicher
3.1.8	Anforderungen an die Energieversorgung: Politik vs. Markt	4.10.8.4	Thermochemische Wärmespeicher
3.1.8.1	Verdrängung von Brennstoffen (z.B. Gas vs. Öl)	4.11	Einspeisung solarer Wärme in das Fernwärmenetz
3.1.8.2	Weitere	4.12	Exkurs: Solare Kühlung
3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	4.13	Übersicht über weitere Erneuerbare
3.2.1	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)		Technologien zur Wärmeerzeugung
3.2.2	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	4.13.1	Biomasseheizungen
3.2.3	Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG)	4.13.1.1	Allgemeines
		4.13.1.2	Aufbau von Biomasseheizungen
3.2.4	Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKG)	4.13.1.2.1	Holz hackschnitzelanlagen
3.2.5	Energieeinsparverordnung (EnEV)/Energieausweis	4.13.1.2.2	Pelletanlagen
		4.13.1.2.3	Stückholzanlagen
3.2.6	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und Energiedienstleistungen	4.13.1.2.4	Holzvergasung
		4.13.1.2.5	Pflanzenöl-BHKW
3.2.7	EU-Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden	4.13.1.2.6	Weitere
		4.13.2	Wärmepumpen
3.2.8	Fördermöglichkeiten	4.13.2.1	Allgemeines
3.3	Einflussfaktoren auf den Markt für Solarthermie	4.13.2.2	Bauarten und Aufbau von Wärmepumpen
3.3.1	Fördermaßnahmen	4.13.2.3	Typen von Wärmepumpen
3.3.1.1	KfW-Förderprogramme	4.14	Weitere innovative Technologien zur Wärmeerzeugung/-dämmung
3.3.1.2	Marktanreizprogramm (MAP)/BAFA-Förderung	4.14.1	Brennstoffzelle
3.3.1.3	Weitere (regionale) Förderprogramme	4.14.2	Lüftungstechnik mit Wärmerückgewinnung
3.3.2	Allgemeine wirtschaftliche Entwicklung	4.14.3	KWK-Anlagen
3.3.2.1	Konjunktur und Geschäftsklima	4.14.4	Nah- und Fernwärme
3.3.2.2	Auswirkungen auf die Energiewirtschaft und Erneuerbare Energien	4.14.4.1	Rohrsysteme und Verlegeverfahren
		4.14.4.2	Wärmeinseln
3.3.2.3	Gebäudesubstanz/geeignete Gebäude	4.14.4.3	HAST Akku
3.3.2.4	Baukonjunktur	4.14.4.4	Weitere
3.3.2.4.1	Entwicklung des Neubaus	4.14.5	Tiefengeothermie
3.3.2.4.2	Entwicklung von Sanierungs- und Modernisierungsprojekten	4.15	Kombinierter Einsatz von Solarthermie und anderen Wärmetechnologien
3.3.3	Demografie	4.15.1	Gas
3.4	Natürliche Rahmenbedingungen	4.15.1.1	Chancen und Risiken
3.4.1	Sonneneinstrahlung	4.15.1.2	Potenziale
3.4.2	Sonnenscheindauer	4.15.1.3	Technische Varianten
3.4.3	Klimaentwicklung	4.15.2	Holzpellets (vgl. 4.15.1)
		4.15.3	Öl (vgl. 4.15.1)
		4.15.4	Wärmepumpen (vgl. 4.15.1)
<b>4</b>	<b>Technologien</b>		
4.1	Allgemeines	<b>5</b>	<b>Anwenderanforderungen und Anwendungsbeispiele nach Zielkundengruppen</b>
4.2	Aufbau einer solarthermischen Anlage	5.1	Anwenderanforderungen
4.3	Komponenten	5.1.1	Anwenderanforderungen der Privatkunden
4.4	Kollektoren	5.1.1.1	Versorger/Dienstleister
4.4.1	Flachkollektor	5.1.1.2	Brennstoffe/Medien
4.4.2	Vakuumflachkollektor	5.1.1.3	Technologien
4.4.3	Vakuumröhrenkollektor	5.1.1.4	Produkte/Dienstleistungen
4.4.4	Luftkollektor	5.1.1.5	Tarife
4.4.5	Hybrid-Luft-Wasser-Kollektor	5.1.1.6	Contracting
4.4.6	Absorber (unabgedeckt)		
4.4.7	Speicherkollektor		
4.5	Regler		
4.6	Dachintegration		
4.6.1	Indach		
4.6.2	Aufdach		

5.1.1.7	Energieeffizienz, -ausweis	8.2.1.3.1	... in Haushalten	10.3	Schlussfolgerungen für den deutschen Markt
5.1.1.8	Fördermöglichkeiten	8.2.1.3.2	... in der Industrie	<b>11</b>	<b>Exkurs: Solarthermiekraftwerke international</b>
5.1.2	Anwenderanforderungen der Geschäftskunden (vgl. 5.1.1)	8.2.1.3.3	... in Kommunen		Einleitung
5.1.3	Anwenderanforderungen der Kommunen und öffentlichen Einrichtungen (vgl. 5.1.1)	8.2.1.4	Weitere	11.1	Technologie
5.2	Anwendungsbeispiele	8.2.2	Szenariospezifische Annahmen	11.2	Potenzial
5.2.1	Haushalte	8.2.2.1	Entwicklung relevanter Gesetzgebung/Förderung	11.4	Projektbeispiele
5.2.2	Industrie	8.2.2.2	Preisentwicklung fossiler Energieträger	<b>12</b>	<b>Trends, Chancen, Risiken</b>
5.2.3	Kommunen	8.2.2.3	Sanierungs-/Modernisierungsraten	12.1	Trends
5.3	Zusammenfassung	8.2.2.4	Technologische Neuerungen	12.1.1	Kundentrends
<b>6</b>	<b>Energieeffizienz</b>	8.2.2.5	Entwicklung des Photovoltaikmarktes	12.1.2	Markttrends
6.1	Baustandards im Gebäudebereich	8.2.2.6	Weitere	12.1.3	Technologietrends
6.1.1	Niedrigenergiehaus	8.3	Markt und Marktentwicklung für Solarthermie in Deutschland	12.1.4	Wettbewerbstrends
6.1.2	Passivhaus	8.3.1	Befragungsergebnisse	12.1.5	Strategietrends
6.1.3	Nullenergiehaus	8.3.1.1	Einflussfaktoren auf den Markt für Solarthermie	12.1.6	Auslandstrends
6.1.4	Plusenergiehaus	8.3.1.2	Markttreiber	12.2	Chancen und Risiken...
6.2	Ausgangslage in den Zielkundengruppen	8.3.1.3	Markthindernisse	12.2.1	...für Technologieanbieter
6.2.1	Haushalte	8.3.2	Entwicklung im Gesamtmarkt bis 2012, 2015 und 2020	12.2.2	...für EVU/Stadtwerke
6.2.2	Industrie	8.3.2.1	Entwicklung der Anzahl	<b>13</b>	<b>Strategien</b>
6.2.3	Kommunen	8.3.2.2	Entwicklung der installierten Leistung in MWth	13.1	Einleitung und Strategiedefinition
6.3	Potenziale und Optionen in den Zielkundengruppen (vgl. 6.1)	8.3.2.3	Entwicklung der Anlagenpreise pro kWth	13.2	Strategieoptionen
6.4	Konzepte in den Zielkundengruppen	8.3.2.4	Entwicklung des Marktvolumens	13.2.1	... für Technologieanbieter
6.5	CO <sub>2</sub> -Footprint	8.3.3	Entwicklung von Teilmärkten nach Zielkundengruppen bis 2012, 2015 und 2020	13.2.2	...für EVU/Stadtwerke
<b>7</b>	<b>Vertrieb im Wärmemarkt</b>	8.3.3.1	Haushalte	13.3	Produktportfoliostrategien
7.1	Vertriebsorganisation	8.3.3.2	Industrie	13.3.1	Innovation
7.2	Vertriebsgestaltung	8.3.3.3	Kommunen	13.3.2	Produktveredelung
7.2.1	Struktur der Verkaufsorganisation	8.3.4	Teilmärkte nach Kollektortypen	13.3.3	Marke und Image
7.2.2	Vertriebskanäle	8.4	Zusammenfassung	13.3.4	Sortimentsbreite
7.2.2.1	Handwerksbetriebe/Installationsfachbetriebe	<b>9</b>	<b>Wettbewerb</b>	13.3.5	Spezialisierung
7.2.2.2	Großhandel	9.1	Wettbewerbsstruktur und Marktteilnehmer	13.3.6	Diversifikation
7.2.2.3	Cross-Selling (z.B. Erdgas/Solarthermie)	9.2	Wettbewerbsintensität	13.3.7	Befragungsergebnisse Produktportfolio
7.2.2.4	Kooperationen, Partnering (z.B. mit Energieversorgern)	9.3	Kooperationen und Fusionen	13.4	Preisstrategien
7.2.2.5	Lizenznehmer	9.4	Erfolgsfaktoren und Markteintrittsbarrieren	13.4.1	Preisführerschaft
7.2.2.6	Eigene Vertriebsstruktur/eigene Projektentwicklung	9.5	Unternehmensprofile ausgewählter Akteure	13.4.2	Premiumpreis
7.2.2.7	Baumärkte/Verkauf ohne Beratung	9.5.1	AS Solar GmbH	13.5	Distributionsstrategien
7.2.2.8	Zusammenfassung	9.5.2	Bosch Thermotechnik GmbH	13.5.1	Zentraler Vertrieb
7.3	Kundenorientierung	9.5.3	Consolar Solare Energiesysteme GmbH	13.5.2	Niederlassungen
7.3.1	Kundengruppen	9.5.4	Roto Dach- und Solartechnologie GmbH	13.5.3	Vertriebspartner
7.3.2	Kundenzufriedenheit	9.5.5	SCHOTT Solar AG	13.5.4	Lizenznehmer
7.3.3	Kundensegmentierung – Ausrichtung der Absatzwege an Marktsegmente	9.5.6	Schüco International KG	13.6	Marketingstrategien
7.3.4	Kundenwertanalyse	9.5.7	SET Solar Energie Technik GmbH	13.6.1	Allgemeine Maßnahmen
7.4	Vertriebsprozesse	9.5.8	SOLVIS GmbH & Co KG	13.6.1.1	Öffentlichkeitsarbeit
7.4.1	Potenzialanalyse und Identifikation von potentiellen Kunden	9.5.9	Stiebel Eltron GmbH & Co KG	13.6.1.2	Kommunikationsinstrumente
7.4.2	Erstkundenkontakt	9.5.10	Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG	13.6.1.3	Mitgliedschaft in Verbänden
7.4.3	Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse	9.5.11	Viessmann Werke GmbH & Co. KG	13.6.1.4	Weitere
7.4.4	Angebotsphase	9.5.12	Wagner & Co Solartechnik GmbH	13.6.2	Zielgruppenmarketing
7.4.5	Wärmelieferung	9.5.13	Wolf GmbH	13.6.2.1	Haushalte
7.5	Vertriebscontrolling	9.5.14	Weitere	13.6.2.2	Industrie
7.5.1	Anforderungen an ein Vertriebscontrolling	<b>10</b>	<b>Exkurs: Solarthermie international</b>	13.6.2.3	Kommunen
7.5.2	Instrumente des Vertriebscontrollings	10.1	Einleitung	<b>14</b>	<b>Ausblick</b>
7.6	Human Resources im Vertrieb	10.2	Anwendungsbeispiele und Erfahrungen in ausgewählten Ländern	14.1	Entwicklung im Markt für Solarthermie nach 2020
7.6.1	Auswahl von Mitarbeitern	10.2.1	Europa	14.2	Entwicklung in den Zielkundengruppen nach 2020
7.6.2	Fort- und Weiterbildung von Mitarbeitern	10.2.1.1	Österreich	14.2.1	Haushalte
<b>8</b>	<b>Markt und Marktentwicklung bis 2020</b>	10.2.1.1.1	Potenzial	14.2.2	Industrie
8.1	Grundlagen, Methodik	10.2.1.1.2	Förderung	14.2.3	Kommunen
8.1.1	Szenarioanalyse	10.2.1.1.3	Entwicklung in den letzten Jahren	<b>15</b>	<b>Weiteres Vorgehen/Praxistipps</b>
8.1.2	Marktmodell	10.2.1.1.4	Status quo	15.1	Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren
8.1.3	Übersicht über die Szenarien	10.2.1.1.5	Anwendungsbeispiele	15.1.1	Checklisten Nachfrager/Anbieter
8.1.3.1	Szenario 1 (konservatives Szenario)	10.2.1.2	Schweiz (vgl. 10.2.1)	15.1.2	Checkliste Partnering
8.1.3.2	Szenario 2 (Referenzszenario)	10.2.1.3	Frankreich (vgl. 10.2.1)	15.1.3	Checkliste Solarthermie mit/ohne Montage
8.1.3.3	Szenario 3 (progressives Szenario)	10.2.1.4	Italien (vgl. 10.2.1)	15.1.4	Weitere Checklisten
8.2	Grundannahmen und Prämissen	10.2.1.5	Spanien (vgl. 10.2.1)	15.2	Business-Case-Planung: Vorgehensweise zur Bestimmung regionaler Potenziale
8.2.1	Grundannahmen	10.2.1.6	Weitere	15.3	Zusammenfassung und Fazit
8.2.1.1	Bevölkerungsentwicklung	10.2.2	Weltweit		
8.2.1.2	Klimawandel	10.2.2.1	China (vgl. 10.2.1)		
8.2.1.3	Entwicklung des Wärmebedarfs/Energieeffizienz	10.2.2.2	Australien (vgl. 10.2.1)		
		10.2.2.3	Indien (vgl. 10.2.1)		
		10.2.2.4	USA (vgl. 10.2.1)		
		10.2.2.5	Weitere		

Die Studie wird ca. 900 Seiten umfassen. Aufgrund der laufenden Erarbeitung 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. 14-01109) »Der Markt für Solarthermie in Deutschland bis 2020« zum Preis von EUR 4.200,00 und  zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)  
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- Wir sind an einer differenzierten Betrachtung des Marktes in der Region  interessiert.

- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis 2011 zu.

- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

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

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

Datum  Unterschrift/Stempel  14-0109-365/DRe

### 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 ganzheitliche 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 »Der Markt für Solarthermie in Deutschland bis 2020« kostet EUR 4.200,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,- pro Kopie zur Verfügung.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwert- steuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck inner- halb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt.

### Veranstaltung zur Studie

In einem 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.

### Weitere Studien

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

- Der Markt für Wärmepumpen in Deutschland bis 2020**  
November 2010, 842 Seiten, EUR 4.200,00
- Der Markt für Ökostrom und Ökogas bis 2015 (4. Auflage)**  
November 2010, 787 Seiten, EUR 4.400,00
- Speichertechnologien in Deutschland bis 2020**  
August 2009, 760 Seiten, EUR 4.900,00
- Wärmemarkt Deutschland (2. Auflage)**  
Februar 2010, 1.478 Seiten, EUR 5.500,00
- Der Markt für Holzpellets in Deutschland bis 2020**  
November 2009, 982 Seiten, EUR 3.500,00
- Mikro-KWK**  
Juni 2010, 1.180 Seiten, EUR 5.500,00
- Smart Home 2.0 – Intelligente Mess- und Kommunikati- onssysteme in Gebäudetechnik und Energiewirtschaft**  
Juli 2010, 1.420 Seiten, EUR 4.900,00
- Photovoltaik in Deutschland bis 2015**  
Dezember 2008, 1.110 Seiten, EUR 4.500,00
- Energieautarke Kommunen und „Bioenergiedörfer“**  
– 100 % Strom durch Eigenversorgung  
geplant, ca. 800 Seiten, EUR 4.200,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter [www.trendresearch.de](http://www.trendresearch.de) abrufen.  
©trend:research, 2011