



Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2020

Marktvolumen, Erfolgsfaktoren, Wettbewerb (3. überarbeitete und erweiterte Auflage)

Die aktuell erstellte Studie umfasst **926 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

trend:research

- Chancen und Risiken durch Energieeffizienz und Erneuerbare Energien
- Marktvolumen, -entwicklung und -potenziale in Deutschland bis 2020
- Wettbewerbsanalyse und -entwicklung

- Unternehmensprofile der führenden Marktteilnehmer
- Handlungsfelder Vertrieb, Marketing
- Strategieoptionen

Welche Anforderungen stellen Sie an die eingesetzte Technologie? (n=75 Contracting-Nehmer; Mehrfachnennungen möglich)



Abbildung 1: Anforderungen an die eingesetzten Technologien

Worin sehen Sie konkret die Vorteile von Contracting für Ihr Unternehmen/ Ihre Einrichtung? (n=72 Contracting-Nehmer; Mehrfachnennungen möglich)



Abbildung 2: Vorteile von Contracting aus Sicht der Contracting-Nehmer

Im Zuge des Ausbaus der dezentralen Erzeugungsstrukturen steigt die Anzahl der potenziellen Contracting-Projekte. Zusätzlichen Auftrieb bekommt der Contracting-Markt durch die steigende Bedeutung der Energieeffizienz, welche bei vielen Zielkundengruppen an Bedeutung gewinnt (vgl. Abb. 1). Für Contracting-Anbieter (speziell für Tochterunternehmen von Stadtwerken und Energieversorgern) stellt das Segment Contracting als Kundenbindungsinstrument und zur Erschließung neuer Geschäftsfelder ein weiterhin interessantes Geschäftsfeld dar.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass insbesondere regionale Contracting-Anbieter gute Chancen auf dem Markt haben und dass die Projekt-Akquise am besten durch bereits bestehende Kundenkontakte zu realisieren ist.

Bisher traf Contracting – trotz steigender Bekanntheit – nur bei wenigen auf Nachfrage. Offenheit gegenüber dem Konzept besteht jedoch. Vor allem Finanzhilfe und die Entlastung des eigenen Personals werden als Vorteile gesehen (vgl. Abb. 2). Dementsprechend bietet der Markt weiterhin steigendes Potenzial.

Neue Vertriebskonzepte – in Anpassung an aktuelle Rahmenbedingungen – treiben den Wettbewerb zusätzlich voran, bspw. durch Kombinationsangebote mit Energiemanagementsystemen.

Die überarbeitete und erweiterte Neuaufgabe der 2009 erschienenen Zweitauflage beschäftigt sich u.a. damit, wie Vertrieb und Marketing aufgestellt sein müssen,

um möglichst erfolgreich auf dem Markt zu agieren. Darüber hinaus analysiert sie den Status und die Entwicklung des Contracting-Marktes auf der Basis der aktuellen Rahmenbedingungen und gibt einen Ausblick auf die Markt- und Wettbewerbsentwicklung bis 2020.

In der Studie stehen, neben den Anforderungen der unterschiedlichen Zielkundengruppen, die folgenden Fragestellungen im Fokus:

- In welchen Bereichen ergeben sich durch die Energiewende Wachstumsschancen für Contracting?
- Welche Hemmnisse behindern die Markterschließung?
- Welche Zielkundengruppen versprechen die höchsten Absatz- und Ertragspotenziale?
- Welche Wettbewerbsstrukturen (Gesamtmarkt, Teilmärkte) gibt es? Wie wird sich der Wettbewerb entwickeln?
- Welche Wachstumsraten sind im Contracting-Markt zu erwarten?

Differenzierte Analyse folgender Zielkundengruppen:

- Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen
- Industrieunternehmen
- Kommunen/öffentliche Einrichtungen
- Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2020

Inhalt der Studie

1	Summaries	21	4.3.1	Vorteile von Contracting	293
1.1	Executive Summary	21	4.3.2	Nachteile von Contracting	294
1.2	Management Summary	24	4.4	Weitere Anforderungen	296
			4.4.1	Präferenzen bzgl. der Anbieter	296
			4.4.2	Nutzung Erneuerbarer Energien im Rahmen des Contracting	297
2	Allgemeine Grundlagen	74	5	Anwendungsbeispiele und Fallstudien	301
2.1	Einleitung	74	5.1	Anwendungsbeispiele	301
2.2	Aufbau der Studie	75	5.1.1	Energieliefer-Contracting	301
2.3	Methodik	77	5.1.2	Einspar-Contracting	305
2.4	Ziele und Nutzen der Studie	79	5.1.3	Finanzierungs-Contracting	307
2.5	Begriffsdefinitionen: Contracting	80	5.1.4	Technisches Anlagenmanagement	308
2.5.1	DIN 8930-5/ Definition auf Anbieterseite	81	5.2	Fallstudien	309
2.5.1.1	Energieliefer-Contracting	81	5.2.1	Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	309
2.5.1.2	Einspar-Contracting	82	5.2.2	Contracting in der verarbeitenden Industrie	315
2.5.1.3	Technisches Anlagenmanagement	82	5.2.3	Contracting bei Kommunen und öffentlichen Einrichtungen	318
2.5.1.4	Finanzierungs-Contracting	83	5.2.4	Contracting bei Ver- und Entsorgungseinrichtungen	323
2.5.2	Definition der Kunden/ Nachfrager	83	5.2.5	Contracting bei sonstigen Facilities	325
2.5.3	Weitere Contracting-Begriffe im Markt	83	5.2.6	Contracting bei Privatkunden und im Kleingewerbe	327
2.5.3.1	Anlagen-Contracting	84			
2.5.3.2	Performance-Contracting	84			
2.5.3.3	Betriebsführungs-Contracting	85			
2.5.3.4	Wärme (-Direkt)-Service	85			
2.5.4	Zusammenfassung der Contracting-Varianten	86			
3	Rahmenbedingungen	88	6	Ausgewählte Technologien	330
3.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	88	6.1	Kesselanlagen	330
3.1.1	Europäische Gesetzgebung	88	6.1.1	Kessel-Anlagentypen	330
3.1.1.1	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen	89	6.1.2	Einsatzbereiche für Kesselanlagen	331
3.1.1.2	EU-Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden	92	6.1.3	Kennzahlen der Kesselanlagen	332
3.1.1.3	Umweltgerechte Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte Richtlinie zum Ökodesign von Energieprodukten – EuPI und II	95	6.1.4	Wirtschaftlichkeit der Kesselanlagen	333
3.1.1.4	Emissionshandel	97	6.1.5	Wettbewerbssituation bei Kesselanlagen	333
3.1.1.5	Nutzung Erneuerbarer Energien	100	6.2	Technologien zur Nutzung Erneuerbarer Energien	333
3.1.1.6	Nutzung der Kraft-Wärme-Kopplung	101	6.2.1	Anlagen zur solaren Wärmeerzeugung	333
3.1.2	Bundesrechtliche Rahmenbedingungen	102	6.2.1.1	Solarwärme-Anlagentypen	334
3.1.2.1	Übersicht: Energiekonzept der Bundesregierung	102	6.2.1.2	Einsatzbereiche der solarthermischen Anlagen	335
3.1.2.2	Bundes-Immissionsschutzgesetz/ Bundesimmissionsschutzverordnung (BImSchG/BImSchV) 108	102	6.2.1.3	Kennzahlen von solarthermischen Anlagen	336
3.1.2.3	Energieeinsparverordnung (EnEV)	110	6.2.1.4	Wirtschaftlichkeit der solarthermischen Anlagen	337
3.1.2.4	Energiesteuergesetz/Gesetz zur Fortentwicklung der ökologischen Steuerreform (EnergieStG/Ökosteuerverordnung)	114	6.2.1.5	Wettbewerbssituation bei solarthermischen Anlagen	337
3.1.2.5	Energieliefer-Contracting	119	6.2.2	Biomasseanlagen	337
3.1.2.6	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	123	6.2.2.1	Biomasse-Anlagentypen	338
3.1.2.6.1	Direktvermarktung	131	6.2.2.2	Einsatzbereiche von Biomasseanlagen	340
3.1.2.6.2	Eigenstromprivileg	135	6.2.2.3	Kennzahlen der Biomasseanlagen	341
3.1.2.7	Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG)	136	6.2.2.4	Wirtschaftlichkeit der Biomasseanlagen	341
3.1.2.8	Heizkostenverordnung (HeizkostenV)	139	6.2.2.5	Wettbewerbssituation bei Biomasseanlagen	342
3.1.2.9	Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKGModG)	143	6.2.3	Wärmepumpen	342
3.1.2.10	Mietrecht bzgl. Energieversorgung	147	6.2.3.1	Wärmepumpen-Anlagentypen	343
3.1.2.11	Verordnung über allgemeine Bedingungen für die Versorgung mit Fernwärme (AVBFernwärmeV)	150	6.2.3.2	Einsatzbereiche für Wärmepumpenanlagen	344
3.2	Energieliefer-Contracting	151	6.2.3.3	Kennzahlen der Wärmepumpenanlagen	345
3.2.1	Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger	153	6.2.3.4	Wirtschaftlichkeit der Wärmepumpenanlagen	346
3.2.2	Entwicklung im Großkraftwerksmarkt	178	6.3	Konventionelle, Neue und KWK-Technologien	347
3.2.3	Marktentwicklung Erneuerbarer und dezentraler Energien	182	6.3.1	Blockheizkraftwerke	347
3.2.4	Fernwärmemarkt	198	6.3.1.1	BHKW-Anlagentypen	347
3.2.5	Anforderungen an die Strom- und Wärmeversorgung: Markt vs. Politik	204	6.3.1.1.1	BHKW mit internen Verbrennungsmotoren	347
			6.3.1.1.2	BHKW mit externen Verbrennungsmotoren	350
			6.3.1.1.3	BHKW mit Mikrogasturbinen	353
			6.3.1.2	Einsatzbereiche der BHKW	355
			6.3.1.3	Kennzahlen der BHKW	356
			6.3.1.4	Wirtschaftlichkeit der BHKW	357
			6.3.1.5	Wettbewerbssituation für BHKW	360
			6.3.2	Dampfturbinen-Anlagen	360
			6.3.2.1	Dampfturbinen-Anlagentypen	361
			6.3.2.2	Einsatzbereiche der Dampfturbinen	364
			6.3.2.3	Kennzahlen der Dampfturbinen	365
			6.3.2.4	Wirtschaftlichkeit von Dampfturbinen	365
			6.3.2.5	Wettbewerbssituation für Dampfturbinen	366
			6.3.3	Gasturbinen-Anlagen	366
			6.3.3.1	Gasturbinen-Anlagentypen	368
			6.3.3.2	Einsatzbereiche der Gasturbinen	368
			6.3.3.3	Gasturbinen-Kennzahlen	369
			6.3.3.4	Wirtschaftlichkeit von Gasturbinen	370
			6.3.3.5	Wettbewerbssituation für Gasturbinen	370
			6.3.4	ORC-Anlagen	371
			6.3.4.1	ORC-Anlagentypen	372
			6.3.4.2	Einsatzbereiche der ORC-Anlagen	373
			6.3.4.3	ORC-Kennzahlen	373
			6.3.4.4	Wirtschaftlichkeit von ORC-Anlagen	374
			6.3.4.5	Wettbewerbssituation bei ORC-Anlagen	375
			6.3.5	Gasentspannungsanlagen	375
			6.3.5.1	Gasentspannungs-Anlagentypen	376
			6.3.5.2	Einsatzbereiche von Gasentspannungsanlagen	376
			6.3.5.3	Kennzahlen von Gasentspannungsanlagen	377
			6.3.5.4	Wirtschaftlichkeit von Gasentspannungsanlagen	377
			6.3.5.5	Wettbewerbssituation bei Gasentspannungsanlagen	377
			6.3.6	Brennstoffzellen-Anlagen	377
			6.3.6.1	Brennstoffzellen-Anlagentypen	379
			6.3.6.2	Einsatzbereiche der Brennstoffzellen	379
4	Anwenderanforderungen	208			
4.1	Anforderungen einzelner Zielkundengruppen	208			
4.1.1	Gewerbe- und Dienstleistungsunternehmen (im Wesentlichen Gesundheitswesen)	208			
4.1.1.1	Status quo bei der Contracting-Nutzung	217			
4.1.1.2	Anwenderanforderungen	223			
4.1.2	Industrieunternehmen	228			
4.1.2.1	Marktsituation	228			
4.1.2.2	Status quo bei der Contracting-Nutzung	238			
4.1.2.3	Anwenderanforderungen	244			
4.1.3	Kommunen/ öffentliche Einrichtungen	249			
4.1.3.1	Marktsituation	249			
4.1.3.2	Status quo bei der Contracting-Nutzung	259			
4.1.3.3	Anwenderanforderungen	264			
4.1.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	269			
4.1.4.1	Marktsituation	269			
4.1.4.2	Status quo bei der Contracting-Nutzung	275			
4.1.4.3	Anwenderanforderungen	280			
4.2	Gründe für die Nichtnutzung von Contracting (nach Zielkundengruppen)	285			
4.2.1	Gewerbe- und Dienstleistungsunternehmen	289			
4.2.2	Industrieunternehmen	290			
4.2.3	Kommunen/ öffentliche Einrichtungen	291			
4.2.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	292			
4.3	Vorteile und Nachteile aus Anwendersicht	293			

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie knüpft an die Ergebnisse der zweiten Auflage „Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2018?“ sowie weiterer Vertiefungsstudien (z.B. „Der Markt für Kleinanlagen-Contracting bis 2020 (2. Auflage)“, „Bioenergie-Contracting“, usw.) an. Neben differenzierten Aussagen über die Ausgangssituationen und Anwenderanforderungen der Zielkundengruppen, erfolgt eine detaillierte Analyse des Marktes und die Berechnung der entsprechenden Marktvolumina. Auf der Basis einer umfangreichen Befragung der Zielkundengruppen und Contractoren sowie einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen im Contracting-Markt werden strategische und operative Entscheidungen unterstützt und Empfehlungen zum Aufbau und/oder Ausbau der eigenen Marktposition gegeben.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field und Desk Research Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) fließen in die Potenzialstudie 103 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Zielkundengruppen:
- Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen
- Industrieunternehmen
- Kommunen/öffentliche Einrichtungen
- Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
- Contractoren
- Weitere Experten aus Verbänden und sonstigen Institutionen

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Contractoren, Energieversorgern und Dienstleistern, zukünftige Contracting-Potenziale im Gesamtmarkt sowie in einzelnen Zielkundengruppen 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 Contracting, Leiter kundennahe Anlagen u.ä.

6.3.6.3	Kennzahlen der Brennstoffzellen	380	9.4.3	Marktprognose Bioenergie-Contracting bis 2020	575	11.2.2.3	FAMIS Gesellschaft für Facility Management und Industrieservice mbH	766
6.3.6.4	Wirtschaftlichkeit der Brennstoffzellen	381				11.2.2.4	GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik GmbH	770
6.3.6.5	Wettbewerbssituation bei Brennstoffzellen	382	9.5	Anwendungsbeispiele	576	11.2.2.5	GETEC AG	774
6.3.7	Kennzahlen von KWK-Anlagen	382				11.2.2.6	HOCHTIEF Energy Management GmbH	781
6.4	Kennzahlenvergleich	385	10	Markt und Marktszenarien für Contracting bis 2020	580	11.2.2.7	Imtech Deutschland GmbH & Co. KG	782
7	Handlungsfeld Vertrieb	390	10.1	Einleitung: Erläuterungen zur Methodik	580	11.2.2.8	Johnson Controls Systems & Service GmbH	790
7.1	Problemanalyse Contracting-Vertrieb	392	10.1.1	Methodik der Szenarioanalyse	580	11.2.2.9	OVE Objekt-Versorgung mit rationellem Energieeinsatz GmbH & Co. KG	793
7.1.1	...nach Anbieterart	393	10.1.2	Szenarioanalyse	582	11.2.2.10	Siemens AG Building Technologies Division	796
7.1.2	...nach Zielkundengruppe	394	10.1.3	Übersicht über die Szenarien	583	11.2.2.11	Techem GmbH	800
7.1.3	...nach Wertschöpfungsstufe	398	10.1.4	Marktmodell	584	11.2.2.12	URBANA Energiedienste GmbH	804
7.2	Vertriebsorganisation	400	10.2	Grundannahmen und Prämissen	586	12	Trends, Chancen und Risiken	809
7.2.1	Aufbauorganisation	400	10.2.1	Annahmen für alle Szenarien	586	12.1	Trends	809
7.2.1.1	Aufgabenanalyse und -synthese	401	10.2.1.1	Bevölkerungsentwicklung	586	12.1.1	Kundentrends	809
7.2.1.2	Organisationsformen	402	10.2.1.2	Konjunktorentwicklung (allgemein)	587	12.1.1.1	Gewerbe- und Dienstleistungsunternehmen	810
7.2.1.3	Grundstruktur von Organisationen	405	10.2.1.3	Konjunktur (branchenspezifisch)	589	12.1.2	Industrieunternehmen	811
7.2.2	Ablauforganisation	408	10.2.1.4	Stromverbrauch	592	12.1.2.1	Kommunen- und öffentliche Einrichtungen	813
7.3	Vertriebswege	410	10.2.1.5	Wärmeverbrauch	593	12.1.2.2	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	814
7.4	Vertriebsprozesse	415	10.2.2	Szenariospezifische Annahmen	594	12.1.2.3	Wettbewerbstrends	816
7.4.1	Potenzialanalyse	416	10.2.2.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	594	12.1.3	Produktrends	817
7.4.2	Identifikation von (potenziellen) Kunden	418	10.2.2.2	Förderung der Kraft-Wärme-Kopplung	595	12.1.4	Strategietrends	819
7.4.3	Erstkundenkontakt	419	10.2.2.3	Förderung Erneuerbarer Energien	596	12.1.5	Technologietrends	820
7.4.4	Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse	420	10.2.2.4	Technologische Entwicklung Dezentraler Erzeugungstechnologien	597	12.2	Chancen und Risiken	822
7.4.5	Angebotsphase	421	10.2.2.5	Strompreisentwicklung	598	12.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger (EVU)	822
7.4.6	Energielieferung	423	10.2.2.6	Preisentwicklung Energieträger	599	12.2.2	Chancen und Risiken für unabhängige Contractoren	825
7.5	Kombination mit anderen Produkten und Dienstleistungen	423	10.2.2.7	Wettbewerbsentwicklung im Contracting-Markt	600	12.2.3	Chancen und Risiken für Contracting-Kunden	828
7.5.1	...mit Smart Metering	424	10.2.3	Der Markt für Contracting 2011	601	12.2.3.1	Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen	831
7.5.2	...mit Smart Home	425	10.2.3.1	Markttreiber und -hemmnisse	601	12.2.3.2	Industrieunternehmen	832
7.5.3	...mit Gebäudesanierung	426	10.2.3.2	... nach Contracting-Formen	602	12.2.3.3	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	833
7.5.4	...mit Elektromobilität	427	10.2.3.3	... nach Zielkundengruppen	605	12.2.3.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	834
7.5.5	...mit weiteren Dienstleistungen	428	10.2.3.4	... Contracting-Markt nach Medien (z.B. Prozesswärme/Dampf, Kälte, Druckluft)	616	13	Strategien	837
7.6	Vertriebscontrolling	429	10.2.3.4.1	Der Markt für Contracting bis 2015 und 2020	618	13.1	Strategiedefinition	837
7.7	Wettbewerbsanalyse	431	10.3	... nach Contracting-Formen	619	13.2	Strategische Positionierung unterschiedlicher Contracting-Anbietertypen	845
7.8	Human Resources im Vertrieb	433	10.3.1	... nach Zielkundengruppen	624	13.2.1	Positionierung unabhängiger Contractoren	845
7.9	Bewertung- und Lösungsansätze	442	10.3.2	... nach Zielkundengruppen	624	13.2.2	Positionierung für Energieversorger im Contracting-Markt	848
7.10	Fazit	444	10.3.2.1	Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen	624	13.2.2.1	Regionale Energieversorgungsunternehmen	848
8	Handlungsfeld Marketing	447	10.3.2.2	Industrieunternehmen	631	13.2.2.2	Tochtergesellschaften großer Energieversorgungsunternehmen	851
8.1	Status quo	447	10.3.2.3	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	632	13.2.3	Positionierung für weitere Contracting-Anbieter	854
8.2	Entwicklungen	450	10.3.3	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	634	13.3	Branchenspezifische Strategieoptionen	855
8.3	Distributionspolitik	453	10.3.3.1	... Contracting-Markt nach Medien (z.B. Prozesswärme/Dampf, Kälte, Druckluft)	636	13.3.1	Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen	856
8.4	Preispolitik	453	11	Der Markt für Contracting bis 2015 und 2020	641	13.3.2	Industrieunternehmen	856
8.5	Kommunikationspolitik	456	11.1	... nach Contracting-Formen	642	13.3.3	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	857
8.5.1	Öffentlichkeitsarbeit	456	11.1.1	... nach Zielkundengruppen	642	13.3.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	858
8.5.2	Werbung	458	11.1.2	Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen	647	13.4	Strategieoptionen im Contracting	858
8.5.3	Mitgliedschaft in Verbänden	461	11.1.3	Industrieunternehmen	650	13.4.1	Gründung einer Tochtergesellschaft	859
8.5.4	Markenbildung	462	11.2	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	653	13.4.2	Angebot von Standardlösungen	862
8.5.4.1	Grundlagen	462	11.3	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	653	13.4.3	Spezialisierung auf Erneuerbare Energien-Anlagen	863
8.5.4.2	Markenstrategien	472	11.4	... Contracting-Markt nach Medien	664	13.4.4	Branchenspezialisierung	865
8.5.4.3	Markenpolitik im Contracting	480	11.4.1	Der Markt für Contracting bis 2015 und 2020	665	13.4.5	Cross-Selling	867
8.5.4.4	Vor- und Nachteile	482	11.4.2	... nach Contracting-Formen	666	13.4.6	Kostenführerschaft durch Preis-Mengen-Strategie	868
8.5.4.5	Beispiele	483	11.4.3	... nach Zielkundengruppen	668	13.4.7	Etablierung einer Marke	870
8.6	Produktpolitik	487	11.4.4	Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen	669	13.4.8	Marktdurchdringung	872
8.6.1	Zielgruppenspezifisches Marketing	488	11.4.5	Industrieunternehmen	671	13.4.9	First Mover/Innovationsorientierte Strategie	874
8.6.1.1	Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen	489	11.4.6	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	671	13.4.10	Partnering/Kooperation	876
8.6.1.2	Industrieunternehmen	490	11.4.7	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	672	13.4.11	Multi Utility	878
8.6.1.3	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	490	11.4.8	... Contracting-Markt nach Medien	672	13.5	Kriterienbasierte Bewertung der dargestellten Strategieoptionen	879
8.6.1.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	491	11.5	Wettbewerb und Anbieter	676	14	Weiteres Vorgehen und Praxistipps	883
8.6.2	Leistungs- und Produktgestaltung	492	11.5.1	Wettbewerb im Contracting	680	14.1	Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren	883
8.6.2.1	Leistungsbestandteile	493	11.5.2	Wettbewerbsstruktur im Contracting	685	14.2	Leitfaden zur Auswahl von Contracting-Angeboten	891
8.6.2.2	Einstiegspakete	495	11.5.3	Überblick	688	14.2.1	Erfahrungen von Anwendern	892
8.6.2.3	Teil-Contracting	495	11.5.4	Typen von Wettbewerbern	693	14.2.2	Auswahl-Checkliste	893
8.6.2.4	Voll-Contracting	496	11.5.5	Strukturdaten und Marktanteile	696	14.2.3	Bewertungsschema	896
8.6.2.5	Individualisierung von Contracting-Paketen	497	11.5.6	Wettbewerbsintensität	702	14.2.4	Kalkulationsschema zum Vergleich mit der Eigeninvestition	897
8.6.2.6	Bundling	497	11.5.7	Wettbewerbsintensität	706	14.3	Ausschreibung	900
8.7	Bewertung und Lösungsansätze	498	11.5.8	Ausgewählte Anbieter von Contracting-Dienstleistungen	710	14.4	Checkliste-Anforderungskatalog	901
8.8	Fazit	499	11.5.9	Energieversorger (Tochterunternehmen)	714	14.5	Aspekte der Vertragsgestaltung	902
9	Exkurs: Bioenergie-Contracting	503	11.5.10	E.ON Energy Projects GmbH	720	15	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	909
9.1	Biomasseaufkommen und -nutzung	504	11.5.11	EnBW Energy Solutions GmbH	728			
9.1.1	Abfall- und Reststoffe	506	11.5.12	energycity Contracting GmbH	733			
9.1.2	Nachwachsende Rohstoffe	509	11.5.13	ERN Energiedienstleistungen Rhein-Neckar GmbH	737			
9.2	Biomasse-Potenziale und konkurrierende Stoffströme	520	11.5.14	EWE Energie AG	742			
9.2.1	...aus Abfällen und Reststoffen	520	11.5.15	GASAG Contracting GmbH	747			
9.2.2	...aus nachwachsenden Rohstoffen	537	11.5.16	Gelsenwasser AG	752			
9.2.3	Biomasse-Importe	547	11.5.17	Mark-E AG	756			
9.3	Output aus Biomasse-Anlagen	549	11.5.18	MVV Enamic GmbH	762			
9.3.1	Biogasanlagen	549	11.5.19	NGT Contracting GmbH	770			
9.3.2	Biomasse(heiz)kraftwerke	555	11.5.20	RheinEnergie AG	774			
9.4	Bioenergiecontracting: Potenzialanalyse	558	11.5.21	RWE Energiedienstleistungen GmbH	780			
9.4.1	Biogasanlagen	561	11.5.22	Stadtwerke Aachen GmbH	784			
9.4.1.1	Schritt 1: Theoretische Potenziale	561	11.5.23	Stadtwerke Bielefeld GmbH	788			
9.4.1.2	Schritt 2: Potenziale unter Berücksichtigung konkurrierender Nutzungsarten	563	11.5.24	Stadtwerke Düsseldorf AG	793			
9.4.1.3	Marktprognose Anlagenbau bis 2020	565	11.5.25	Stadtwerke Leipzig GmbH	797			
9.4.2	Biomasse(heiz)kraftwerke	568	11.5.26	Stadtwerke München GmbH	801			
9.4.2.1	Schritt 1: Theoretische Potenziale	568	11.5.27	STEAG New Energies GmbH	805			
9.4.2.2	Schritt 2: Potenziale unter Berücksichtigung konkurrierender Nutzungsarten	570	11.5.28	swb Service GmbH & Co. KG	809			
9.4.2.3	Marktprognose Anlagenbau bis 2020	573	11.5.29	unabhängige Contractoren	813			
			11.5.30	Cofely Deutschland GmbH	817			
			11.5.31	Dalkia GmbH	821			

Die Studie umfasst 926 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung können sich Inhalte sowie Seitenzahlen noch leicht ändern.

Faxantwort an 0421 . 43 73 0-11

oder per Post an trend:research GmbH • Parkstraße 123 • 28209 Bremen
sowie im Internet unter www.trendresearch.de

Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 15-1038)
»Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2020«

- als Printversion zum Preis von EUR 6.900,00
- als PDF-Version
 - mit einer Single-User-Lizenz zum Preis von EUR 6.900,00
 - mit einer Multi-User-Lizenz zum Preis von EUR 13.800,00
 - mit einer Corporate-Lizenz zum Preis von EUR 27.600,00
- und _____ zusätzliche Printkopien (je EUR 400,00)
personalisiert auf* _____

- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s. u.).
Gegebenfalls erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2013** zu.
- Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **Contracting** zu.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden.

- Erhalt dieser Disposition
 - per Post
 - per E-Mail
- Internet
- Empfehlung durch _____
- Presseartikel in _____
- Sonstiges _____

* Die mit einem Stern gekennzeichneten Felder müssen ausgefüllt werden.

Vorname:* _____

Name:* _____

Funktion: _____

Unternehmen:* _____

Straße:* _____

PLZ/Ort:* _____

Tel./Fax:* _____

E-mail:* _____

- Wir sind **nicht** damit einverstanden, den Newsletter von trend:research zu erhalten.

Datum

Unterschrift/Stempel

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, aufbereitet mit eigener Methodik, führen 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 in sich stark wandelnden Märkten, z. B. in den liberalisierten Energie- und Entsorgungsmärkten. 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 »Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2020« kostet je nach Wahl als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 6.900,00.

Die **Single-User-Lizenz** (personalisierte, passwortgeschützte CD-Rom mit geschütztem PDF) kostet EUR 6.900,00.

Das **Multi-User-Lizenz** (bis zu 10 personalisierte, passwortgeschützte CD-Roms mit geschütztem PDF) kostet EUR 13.800,00.

Die **Corporate-Lizenz** (CD-Rom mit freigegebenem PDF) kostet EUR 27.600,00.

Zusätzliche Printkopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,00 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.

Weitere Studien

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

- Stromspeicher: Chancen und Risiken für Stadtwerke, Hersteller und Verbraucher**
Juni 2013 (in Bearbeitung), ca. 700 Seiten, EUR 7.500,00
- Kooperationen, Netzwerke, Beteiligungen und Übernahmen in der Energiewirtschaft (3. Auflage)**
März 2013, 585 Seiten, EUR 4.900,00
- Anteile einzelner Marktakteure an Erneuerbare Energien-Anlagen in Deutschland (2. Auflage)**
März 2013, 150 Seiten, EUR 2.500,00
- Ökostrom: Neue Geschäftsmodelle und Vertriebswege : Potenziale, Entwicklungen und Strategien (5. Auflage)**
Januar 2013, 587 Seiten, EUR 5.500,00
- Dezentrale Energieerzeugung in Deutschland bis 2030: Rahmenbedingungen, Potenziale, Perspektiven**
Juli 2012, 620 Seiten, EUR 7.900,00
- Der Markt für BHKW in Europa bis 2020: Potenziale, Wettbewerb, Chancen und Risiken der Kraft-Wärme-Kopplung**
Juli 2012, 890 Seiten, EUR 7.900,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.

© trend:research, 2013