

Die aktuell erstellte Studie umfasst **734 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

Marketing und Vertrieb

Potenzialstudie



Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage)

Produkte, Marktpotenziale und die Erschließung neuer Geschäftsfelder

- **Marktvolumen und -entwicklung nach Kundengruppen (Facilities, Industrieunternehmen, Kommunen/öffentliche Einrichtungen, Krankenhäuser/Pflegeheime, Wohnungs- und Immobilienwirtschaft) und Dienstleistungen**
- **Kundenanforderungen an Energiedienstleister**
- **Erfolgsfaktoren bei Vertrieb und Marketing**
- **Wettbewerbsstruktur und -intensität**
- **Trends, Chancen und Risiken**
- **Potenziale und Strategieoptionen bei der Erschließung neuer Geschäftsfelder**

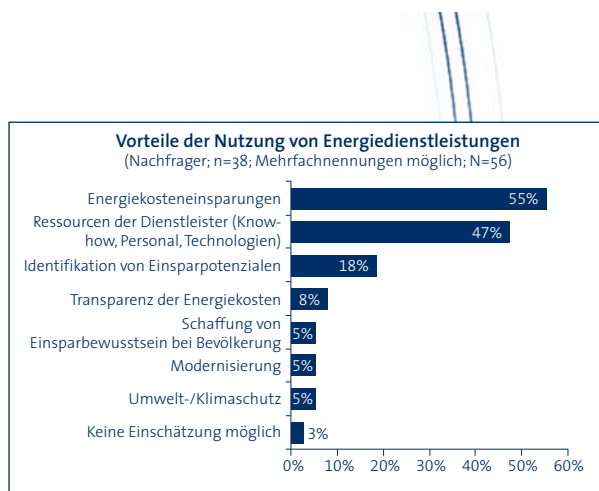


Abbildung 1: Nachfrager: Gründe für Inanspruchnahme von Energiedienstleistungen (Quelle: trend:research-Studie „Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage)“)

Die Studie untersucht die Entwicklung des Marktes für Energiedienstleistungen differenziert nach Zielkundengruppen und Dienstleistungen bis 2023. Anhand der Befragungsergebnisse der Marktteilnehmer sowie der prognostizierten Entwicklung von Angebot und Nachfrage werden Chancen und Risiken für Anbieter von entsprechenden Leistungen aufgeführt. Darüber hinaus werden einzelne Energiedienstleistungen in Bezug auf Angebot und Nachfrage näher betrachtet.

Status quo:

- Zunehmender Einsatz von Energiedienstleistungen
- Zunehmende Wettbewerbsintensität im Markt für Energiedienstleistungen
- Wesentliche Gründe für die Inanspruchnahme von Energiedienstleistungen (vgl. Abbildung)
- Nutzung der Ressourcen der Dienstleister
- Einsparung der Energiekosten

Einfluss auf Einsatz von Energiedienstleistungen:

- Umsetzung von EU-Richtlinien über Energieeffizienz
- Sanierung von Gebäuden sowie die Energieeinsparverpflichtungen in Deutschland durch politische Zielsetzungen
- Schaffung von Anreizen zur Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und Energie-

einsparung durch Steuerbegünstigungen (EnergieStG) sowie Förderungen beim Einsatz von Anlagen für Neubauten, Komplettsanierungen oder Austausch der energietechnischen Anlagen

- Steigende Energiepreise durch die Förderung Erneuerbarer Energien (EEG-Umlage)

Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten für Marktteilnehmer:

- Analyse von Kundenanforderungen unterschiedlicher Zielkundengruppen
- Kenntnis über Gründe für die Umsetzung von Energiedienstleistungen durch Kunden
- Umsetzung individueller Geschäftsmodelle zum Angebot von Energiedienstleistungen

Zusätzlich beantwortet die Studie u. a. folgende Fragestellungen:

- Welche Energiedienstleistungen bieten aktuell und zukünftig die größten Absatzpotenziale?
- Welche Markttreiber und -hemmnisse gibt es aktuell und welche sind zukünftig zu erwarten?
- Wie entwickelt sich die Wettbewerbsintensität und welche Wettbewerber gibt es?
- Welche Strategien lassen sich aus den Trends, Chancen und Risiken für Energieversorger und weitere Energiedienstleister ableiten?

Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage)

Inhalt der Studie

1	Summaries	19	4.2	Energiemanagement	189
1.1	Executive Summary	19	4.2.1	Energieeinsparberatung	193
1.2	Management Summary	23	4.2.2	Energiecontrolling	197
			4.2.3	Energieportfoliomangement	200
2	Allgemeine Grundlagen	80	4.2.4	Energiekonzeptionierung	203
2.1	Einleitung	80	4.2.5	Lastmanagement	205
2.2	Ziele und Nutzen der Studie	81	4.2.6	Lastgangmessung	208
2.3	Aufbau der Studie	84	4.2.7	Least-Cost-Planning	211
2.4	Methodik	86	4.2.8	Integrierte Ressourcenplanung	213
2.5	Begriffsdefinitionen	94	4.2.9	Qualitätsmanagement	215
2.5.1	Energiedienstleistungen	94	4.3	IT-basierte Dienstleistungen	217
2.5.1.1	Energienahe Dienstleistungen	97	4.3.1	Energiedatenmanagement (EDM)	220
2.5.1.2	Energieferne Dienstleistungen	98	4.3.2	Energieabrechnung (Billing)	222
2.5.2	Contracting	98	4.3.3	Geografische Informationssysteme (GIS)	225
2.5.3	Energiemanagement	101	4.3.4	Visualisierung von Verbrauchsdaten	228
2.5.4	Facility Management	101	4.4	Contracting	231
2.5.5	Systemdienstleistungen	102	4.4.1	Contracting-Formen	236
2.5.6	Technische (Energie-)Dienstleistungen	102	4.4.1.1	Energieliefer-Contracting	236
			4.4.1.2	Energieeinspar-Contracting	237
			4.4.1.3	Finanzierungs-Contracting	238
3	Rahmenbedingungen	104	4.4.1.4	Technisches Anlagenmanagement	239
3.1	Energiwirtschaftliche Rahmenbedingungen	104	4.4.2	Medien im Contracting	239
3.1.1	Strommarkt	105	4.4.2.1	Wärme/Kälte	239
3.1.2	Gasmarkt	111	4.4.2.2	Dampf	242
3.1.3	Wärmemarkt	116	4.4.2.3	Strom	243
3.2	Rahmenbedingungen bei den Zielgruppen	122	4.4.2.4	Druckluft	244
3.2.1	Industrie	122	4.4.2.5	Licht/Beleuchtung	245
3.2.2	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	128	4.4.2.6	Wasser	248
3.2.2.1	Kommunen	128	4.5	Facility Management	249
3.2.2.2	Öffentliche Einrichtungen	136	4.6	Systemdienstleistungen	255
3.2.3	Krankenhäuser und Pflegeheime	145	4.7	Weitere Energiedienstleistungen	257
3.2.4	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	151	4.7.1	Energieaudit: Gebäude-Energiepass	259
3.2.5	Weitere Facilities	159	4.7.2	Infrarot-Thermografie	261
3.3	Tabellarische Übersicht relevanter Gesetzgebungen	166	4.7.3	Inhouse Powerline Communication	262
			4.7.4	Kunden-Online-Service	263
3.3.1	Europäische Gesetzgebung	167	4.7.5	Labor-Dienstleistungen/Umweltanalytik	264
3.3.1.1	EU-Richtlinie über ein System für den Handel mit Treibhausgasemissionszertifikaten (2003/87/EG)	167	4.8	Trends der letzten Jahre bei Energiedienstleistungen	264
3.3.1.2	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen (2006/32/EG)	168	4.9	Dienstleistereinsatz und Zufriedenheit	268
3.3.1.3	EU-Richtlinie zur Energieeffizienz (2012/27/EU)	169	4.10	Anforderungen der Zielkunden an Dienstleistungen und Dienstleister (Befragungsergebnisse)	274
3.3.1.4	EU-Richtlinie zur Förderung der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen (2009/28/EG)	170	4.10.1	Industrie	279
3.3.1.5	EU-Richtlinie zur Förderung einer am Nutzwärmebedarf orientierten Kraft-Wärme-Kopplung im Energiebinnenmarkt (2004/8/EG)	171	4.10.2	Kommunen/öffentliche Einrichtungen	280
3.3.1.6	EU-Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden (2010/31/EU)	172	4.10.3	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	282
3.3.1.7	EU-Richtlinie zur umweltgerechten Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte (2009/125/EG)	173	4.10.4	Facilities/Gewerbekunden	283
3.3.2	Gesetzgebung in Deutschland	174	4.10.5	Krankenhäuser/Pflegeheime	284
3.3.2.1	Energiekonzept 2050 der Bundesregierung/Energiewende	174	4.10.6	Privatkunden/Kleingewerbeunternehmen	286
3.3.2.2	Energiesteuergesetz (EnergieStG)	175	4.10.7	Vergleich und Übersicht der Kundenanforderungen	287
3.3.2.3	Gesetz über Energiedienstleistungen und andere Energieeffizienzmaßnahmen Energiedienstleistungsgesetz (EDL-Gesetz)	176	4.11	Vorteile und Nachteile der Nutzung von Energiedienstleistungen	288
3.3.2.4	Gesetz über die Elektrizitäts- und Gasversorgung (Energiewirtschaftsgesetz - EnWG)	177	4.12	Vertragslaufzeiten	290
3.3.2.5	Gesetz über die umweltgerechte Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte (EVPG)	179	4.13	Zusammenfassung und Fazit	290
3.3.2.6	Gesetz für die Erhaltung, die Modernisierung und den Ausbau der Kraft-Wärme-Kopplung (KWKGModG)	180	5	Anwendungsbeispiele und Fallstudien	296
3.3.2.7	Gesetz für den Vorrang Erneuerbarer Energien (EEG)	181	5.1	Anwendungsbeispiele	296
3.3.2.8	Gesetz zur Förderung Erneuerbarer Energien im Wärmebereich (EEWärmeG)	183	5.1.1	Energiemanagement	296
3.3.2.9	Verordnung über die Anreizregulierung der Energieversorgungsnetze	184	5.1.2	Contracting	300
3.3.2.10	Verordnung über energiesparenden Wärmeschutz und energiesparende Anlagentechnik bei Gebäuden (EnEV)	185	5.1.2.1	Industrieunternehmen	300
4	Energiedienstleistungen: Geschäftsmodelle und Kundenanforderungen	187	5.1.2.2	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	301
4.1	Einführung und Übersicht	187	5.1.2.3	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	307
			5.1.2.4	Krankenhäuser/Pflegeheime	309
			5.1.3	Facility Management	310
			5.1.4	Sonstige Energiedienstleistungen	312
			5.2	Fallstudien	319
			5.2.1	Energiedienstleistungen für Industrie und Gewerbe	319
			5.2.2	Energiedienstleistungen für Kommunen und öffentliche Einrichtungen	321
			5.2.3	Energiedienstleistungen für Krankenhäuser und Pflegeheime	325
			5.2.4	Energiedienstleistungen für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	329
			5.2.5	Energiedienstleistungen für Haushaltskunden und Kleingewerbe	333
			6	Organisation und Prozesse	336
			6.1	Organisation	336
			6.1.1	Anforderungen an die Organisationsstruktur (Aufbau-/Ablauforganisation)	336
			6.1.2	Organisation im Strom- und Gasvertrieb	343

Ziel und Nutzen der Studie

Das Ziel der Studie ist es, Energieversorger und spezialisierte Energiedienstleister bei der Ausarbeitung und Ausrichtung ihrer Geschäftsmodelle im Bereich der Energiedienstleistungen zu unterstützen. Ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen werden Status quo und Entwicklung des Marktes sowie des Wettbewerbs bei Energiedienstleistungen untersucht und dargestellt. Zudem gibt die Studie Antworten auf wichtige Fragen im Zusammenhang mit den Einsatzmöglichkeiten der verschiedenen Energiedienstleistungen bei den einzelnen Zielkundengruppen.

Das Aufzeigen aktueller Trends und die Ausarbeitung von Strategieempfehlungen ermöglicht Energieversorgern und spezialisierten Energiedienstleistern darüber hinaus eine gezielte Anpassung an gegenwärtige und zukünftige Anforderungen sowie eine erfolgreiche Positionierung am Markt.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field und Desk Research Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichten usw.) flossen in die Potenzialstudie 80 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Anbieter von Energiedienstleistungen
- Energieversorgungsunternehmen (inkl. Tochterunternehmen)
- Spezialisierte Energiedienstleister
- Nachfrager von Energiedienstleistungen
- Große und mittelständische Industrieunternehmen
- Kommunen und öffentliche Einrichtungen
- Krankenhäuser und Pflegeheime
- Wohnungs- und Immobiliengesellschaften
- Facilities

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse wurden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Befragung führt zu abgesicherten Aussagen über Status quo und Wettbewerb sowie den Markt im Bereich Energiedienstleistungen.

An wen sich die Studie richtet

Die Studie richtet sich insbesondere an Energieversorger, Energiedienstleister und Contracting-Anbieter.

Anhand der Studie können sich Vorstände, Geschäftsführer, Abteilungsleiter des Bereichs Energiedienstleistungen sowie weitere Entscheidungsträger über die derzeitigen und zukünftigen Entwicklungen im Markt für Energiedienstleistungen informieren. Somit können für das eigene Unternehmen entsprechende Strategien und Geschäftsmodelle abgeleitet werden.

Neben Unternehmen mit einem etablierten Geschäftsfeld im Bereich der Energiedienstleistungen, richtet sich die Studie ebenso an neue Marktteilnehmer im Energiedienstleistungssektor, welchen der Einstieg erleichtert wird.

6.1.3	Organisation im Vertrieb von Energiedienstleistungen	343	8.3	Markt und Marktentwicklung für Energiedienstleistungen	498	10.2	Chancen und Risiken für EVU und spezialisierte Energiedienstleister	629
6.1.4	Organisation als eigenes (Haupt-) Geschäftsfeld	344	8.3.1	Markttreiber- und Markthemmnisse	498	10.2.1	EVU	629
6.1.5	Organisation als eigene Gesellschaft	345	8.3.2	Status quo: Markt für Energiedienstleistungen	499	10.2.2	Spezialisierte Energiedienstleister	632
6.2	Kernprozesse bei Energiedienstleistungen	346	8.3.2.1	Differenziert nach Dienstleistungsbereichen	499	11	Strategien	637
6.2.1	Energiedatenmanagement	353	8.3.2.2	Differenziert nach Zielkundengruppen	500	11.1	Ausgewählte Strategieoptionen	638
6.2.2	Contracting	355	8.3.3	Der Markt für Energiedienstleistungen bis 2023	501	11.2	Ansätze und Überlegungen zur Strategiefindung	640
6.2.3	Facility Management	359	8.3.3.1	Differenziert nach Dienstleistungsbereichen	505	11.3	Optionen zum Angebot von Energiedienstleistungen	650
6.2.4	Systemdienstleistungen	361	8.3.3.2	Differenziert nach Zielkundengruppen	510	11.3.1	Eigenerstellung	651
7	Marketing und Vertrieb von Energiedienstleistungen	363	8.3.3.3	Energieeinspareffekte durch Energiedienstleistungen bis 2023	513	11.3.2	Unternehmensneugründung	652
7.1	Marketing	363	8.3.4	Zusammenfassung	514	11.3.3	Ausgründung (Gründung einer Tochtergesellschaft)	653
7.1.1	Marketinginstrumente	364	9	Wettbewerb und Wettbewerbsentwicklung	517	11.3.4	Mergers & Acquisitions (M&A)	655
7.1.1.1	Produktpolitik	366	9.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	517	11.4	Portfolioorientiert: Mit welcher Ausrichtung sollen Energiedienstleistungen angeboten werden?	657
7.1.1.2	Preispolitik	372	9.1.1	Strommarkt	519	11.4.1	Branchenspezialisierung/Nischenstrategie	659
7.1.1.3	Distributionspolitik	374	9.1.2	Gasmarkt	523	11.4.2	Multi-Utility	660
7.1.1.4	Kommunikationspolitik	376	9.2	Wettbewerb im Markt für Energiedienstleistungen	526	11.4.3	Cross-Selling Strategie	662
7.1.2	Markenbildung	378	9.2.1	Wettbewerbsstruktur	527	11.4.4	Geografische Ausrichtung	663
7.1.2.1	Grundlagen	379	9.2.2	Wettbewerbsintensität	540	11.4.5	Qualitätsführerschaft	668
7.1.2.2	Markenstrategien	382	9.2.3	Wettbewerbsentwicklung	542	11.4.6	Preisführerschaft	670
7.1.2.2.1	Horizontale Markenstrategie	382	9.3	Übersicht des Produkt- und Dienstleistungsportfolios relevanter Anbieter von Energiedienstleistungen	545	11.5	Vertriebsorientiert: Welche Strategieoptionen können beim Vertrieb eingesetzt werden?	671
7.1.2.2.2	Vertikale Markenstrategie	385	9.4	Profile ausgewählter Wettbewerber und Anbieter von Energiedienstleistungen	545	11.5.1	CRM-Strategie	672
7.1.2.3	Markenpolitik bei Energiedienstleistungen	386	9.4.1	Energieversorger	545	11.5.2	Strategien zur Stärkung der Marke und Kommunikationsstrategie	675
7.1.2.4	Vor- und Nachteile	386	9.4.1.1	Badenova AG & Co. KG	546	11.5.3	Aufbau neuer Vertriebskanäle	678
7.1.3	Leistungs- und Produktgestaltung	387	9.4.1.2	E.ON Energie Deutschland GmbH	548	11.5.4	Corporate Social Responsibility	680
7.1.3.1	Leistungsbestandteile	388	9.4.1.3	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	551	11.5.5	Protektion	681
7.1.3.2	Standardisierung	390	9.4.1.4	energy/energy Contracting GmbH	555	12	Ausblick	684
7.1.3.3	(Branchenspezifische) Individualisierung	390	9.4.1.5	EWE AG	558	12.1	Entwicklungen in der Energiewirtschaft	684
7.1.3.4	Full-Service-Angebot	391	9.4.1.6	HSE AG	559	12.2	Entwicklungen in den Anwenderbranchen	689
7.1.4	Zielgruppenspezifisches Marketing	392	9.4.1.7	Mainova AG	561	12.3	Technologische Entwicklungen	691
7.1.5	Industrie	395	9.4.1.8	ENERVIE - Südwestfalen Energie und Wasser AG	564	12.4	Energiedienstleistungen der Zukunft	693
7.1.6	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	396	9.4.1.9	MVV Energie AG	566	13	Hilfen, Praxistipps und Handlungsempfehlungen	696
7.1.7	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	397	9.4.1.10	N-ERGIE Aktiengesellschaft	568	13.1	Business Plan: Vorgehensweise zur Bestimmung regionaler Absatzmarktpotenziale	696
7.1.8	Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen	398	9.4.1.11	RheinEnergie AG	571	13.2	Modellumsetzung: Maßnahmenplanung bei der Einführung von Energiedienstleistungen	699
7.1.9	Facilities	398	9.4.1.12	RWE Energiedienstleistungen GmbH	573	13.2.1	Vorbereitungsphase	699
7.1.10	Privatkunden und Kleingewerbe	399	9.4.1.13	Stadtwerke Leipzig GmbH	575	13.2.2	Produktstartphase	701
7.2	Vertrieb	399	9.4.1.14	Stadtwerke München GmbH	577	13.2.3	(Post-)Etablierungsphase	703
7.2.1	Vertriebswege	400	9.4.1.15	Vattenfall Europe Sales GmbH	579	13.3	Projektansatz: Projektplanung bei der Einführung von Energiedienstleistungen	705
7.2.2	Vertriebsprozesse	406	9.4.2	Spezialisierte Energiedienstleister	581	13.3.1	Entscheidungsprobleme und Fragestellungen	705
7.2.2.1	Potenzialanalyse und Identifikation von (potenziellen) Neukunden	407	9.4.2.1	Cofely Deutschland GmbH	581	13.3.2	Projektorganisation, Projektvernetzung und Projektkommunikation	706
7.2.2.2	Erstkundenkontakt	408	9.4.2.2	Danpower GmbH	584	13.3.3.1	Bestimmung von Einflussfaktoren	707
7.2.2.3	Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse	409	9.4.2.3	Energie-Projektgesellschaft Langenhagen mbH (EPL)	586	13.3.3.2	Erarbeitung der strategischen Positionierung und Ableitung von Handlungsempfehlungen	707
7.2.2.4	Angebotsphase	410	9.4.2.4	FAMIS Gesellschaft für Facility Management und Industrieservice mbH	588	13.3.3.3	Auswahl und Umsetzung der Handlungsalternativen	708
7.2.2.5	Energielieferung	410	9.4.2.5	GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik GmbH	590	13.3.3.4	Projektcontrolling	708
7.2.3	Vertriebscontrolling	411	9.4.2.6	GETEC AG	591	13.4	Handlungsempfehlungen	709
7.2.4	Wettbewerbsanalyse	415	9.4.2.7	Imtech Deutschland GmbH & Co. KG	593	13.4.1	Handlungsempfehlungen für Energieversorger	709
7.2.5	Human Resources im Vertrieb	416	9.4.2.8	Johnson Controls IFM Industrie GmbH – Global Workplace Solutions	595	13.4.2	Handlungsempfehlungen für spezialisierte Dienstleister	710
7.2.6	Wesentliche Trends und Entwicklungen im Vertrieb von Energiedienstleistungen in den letzten Jahren	420	9.4.2.9	OVE Objekt-Versorgung mit rationellem Energieeinsatz GmbH & Co. KG	597	14	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	712
7.3	Zusammenfassung und Fazit	422	9.4.2.10	SPIE Energy Solutions GmbH	598	14.1	Abbildungsverzeichnis	712
8	Markt und Marktentwicklung für Energiedienstleistungen bis 2023	426	9.4.2.11	Techem GmbH	600	14.2	Tabellenverzeichnis	726
8.1	Einleitung: Erläuterung zur Methodik	426	9.4.2.12	URBANA Energiedienste GmbH	604			
8.1.1	Methodik der Szenarioanalyse	427	10	Trends, Chancen und Risiken	607			
8.1.2	Szenarioanalyse	428	10.1	Trends	607			
8.1.3	Übersicht über die Szenarien	430	10.1.1	Kundentrends	607			
8.1.4	Marktmodell	434	10.1.1.1	Industrie	608			
8.2	Grundannahmen und Prämissen	437	10.1.1.1.1	Großindustrie	608			
8.2.1	Allgemeine Grundannahmen für alle Szenarien	437	10.1.1.1.2	Mittelständische Industrieunternehmen	610			
8.2.1.1	Bevölkerungsentwicklung	438	10.1.1.2	Gewerbe	611			
8.2.1.2	Entwicklung Haushalte und Personenanzahl je Haushalt	448	10.1.1.3	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	612			
8.2.1.3	Energieverbrauch	451	10.1.1.4	Krankenhäuser und Pflegeheime	614			
8.2.1.4	Entwicklung der Ressourcen und Reserven fossiler Energieträger	459	10.1.1.5	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	615			
8.2.1.5	Klimaschutz/Klimawandel	470	10.1.1.6	Facilities	617			
8.2.1.6	Konjunktorentwicklung/wirtschaftliche Entwicklung	475	10.1.2	Markttrends	619			
8.2.2	Szenariospezifische Prämissen	479	10.1.3	Produktrends	620			
8.2.2.1	Entwicklung der Energiepreise für fossile Energieträger	479	10.1.4	Wettbewerbstrends	622			
8.2.2.2	Entwicklung Objektbestand	485	10.1.5	Strategietrends	626			
8.2.2.3	Entwicklung Strom-/Wärmepreise	489						
8.2.2.4	Rechtliche Rahmenbedingungen	494						
8.2.2.5	Technologische Entwicklung	496						

Die Studie umfasst 734 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. 16-0553-5)
»Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage)«

zum Preis von EUR 4.400,00

- und _____ zusätzliche Printkopien (je EUR 400,00)
personalisiert auf* _____

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

- Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnisworkshops (siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]

- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2014** 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- und Marktforschungsstudien werden von trend:research aktuell und exklusiv erarbeitet. Umfangreiche eigene (Primär-)Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten, aufbereitet mit eigener Methodik, führen zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die Schwerpunkte 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.

Ergebnisworkshop

Im Ergebnisworkshop werden die Kernergebnisse der Studie vorgestellt und diskutiert. Eine inhaltliche Fokussierung der Vorstellung für das teilnehmende Unternehmen ist möglich. Der Ergebnisworkshop ermöglicht darüber hinaus durch gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen.

Konditionen

Die Potenzialstudie »Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage)« kostet (persönliches Exemplar) EUR 4.400,00. Zusätzliche Kopien (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.:

- Contracting und weitere Energiedienstleistungen in Österreich bis 2020 (3. überarbeitete und erweiterte Auflage)**
März 2014, 1.150 Seiten, EUR 5.900,00
- Contracting für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft**
Januar 2014, 950 Seiten, EUR 4.900,00
- Energieeffizienz im Kältemarkt**
November 2013, 943 Seiten, EUR 4.800,00
- Energieeffizienz im Wärmemarkt**
September 2013, 944 Seiten, EUR 6.900,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2020 (3. überarbeitete und erweiterte Auflage)**
Mai 2013, 926 Seiten, EUR 6.900,00
- ISO 50001: Markt, Trends und Potenziale**
Mai 2013, 812 Seiten, EUR 4.800,00
- Der Markt für Energiemanagementsysteme bis 2020**
Februar 2013, 815 Seiten, EUR 4.800,00

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

© trend:research, 2014