



Contracting für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

Marktentwicklung, Erfolgsfaktoren und Wettbewerb bis 2020

Die aktuell erstellte Studie umfasst **950 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

- Chancen und Risiken durch Contracting, Berücksichtigung von Energieeffizienz, Erneuerbare Energien, Kraft-Wärme-Kopplung und Konkurrenz von Fernwärmeversorgung
- Marktvolumen, -entwicklung und -potenziale in Deutschland bis 2020

- Wettbewerbsanalyse und -entwicklung
- Unternehmensprofile der führenden Marktteilnehmer
- Handlungsfelder, Vertrieb, Marketing
- Erfolgsfaktoren
- Strategieoptionen und Handlungsempfehlungen

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



Abbildung 1: Anforderungen an die eingesetzten Technologien

Damit auch in Zukunft Wohn- und Gewerbeimmobilien zuverlässig und kostengünstig mit Strom und Wärme versorgt werden können, sind alternative, dezentrale Energieversorgungsmodelle unter der Nutzung effizienter Technologien notwendig. Im Rahmen der Energiewende steht die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft neuen Herausforderungen gegenüber. Seit 1990 haben sich die Energiekosten pro Haushalt nahezu verdoppelt.

Neben der Eigenerbringung wird vor diesem Hintergrund Contracting für Immobilienunternehmen zunehmend interessanter. 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. Dementsprechend bietet der Markt weiterhin steigendes Potenzial.

Für Contracting-Anbieter (speziell für Stadtwerke und Energieversorger) stellt das Kundensegment Wohnungs- und Immobilienwirtschaft aufgrund eines großen ungehobenen Potenzials ein Erfolg versprechendes Betätigungsfeld dar.

Die Anpassung der eigenen Vertriebskonzepte ist hierfür aufgrund der aktuellen Rahmenbedingungen zukünftig notwendig, bspw. durch Kombinationsangebote mit Energiemanagementsystemen. In diesem Zusammenhang sind z. B. auch dezentrale Versorgungskonzepte mit hocheffizienter Kraft-Wärme-Kopplung in Kombination mit Photovoltaik- und Speicherlösungen geeignet.

Die Studie untersucht die verschiedenen Contractingmodelle für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft. Unter Berücksichtigung der aktuellen gesetzlichen Rahmenbedingungen werden sowohl die Marktentwicklung bis 2020, als auch der Wettbewerb und die Erfolgsfaktoren analysiert. Des Weiteren gibt die Studie einen Überblick über den Status quo in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft. Zudem verdeutlicht die Studie, dass durch die zunehmende Eigenversorgung den Energieversorgern wichtige Geschäftsfelder verloren gehen und weist dahingehend Strategieoptionen für neue Handlungsfelder auf.

Folgende Fragestellungen werden in der Studie beantwortet:

- Welche gesetzlichen und energiewirtschaftlichen Rahmenbedingungen bestimmen den Markt für Contracting im Bereich der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft?
- Wie entwickelt sich die Förderung der Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) in Deutschland?
- Welche Einsatzmöglichkeiten ergeben sich für BHKW in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft?
- Wo liegen die größten Potenziale? Welche Chancen und Risiken ergeben sich für Hersteller und Energiedienstleister?
- Welche Rolle spielen konkurrierende Versorgungsmodelle für die verschiedenen Contracting-Varianten?
- Wie entwickelt sich der Wettbewerb im Anbietermarkt? Welche Chancen und Risiken haben neue Marktakteure?

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

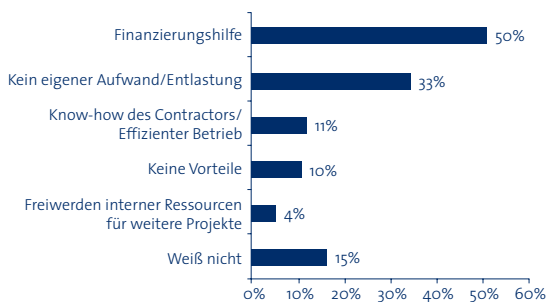


Abbildung 2: Vorteile von Contracting aus Sicht der Contracting-Nehmer

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Ausgehend von den aktuellen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen und vom Status quo analysiert die Studie die zukünftige Entwicklung des Marktes für Energieversorgungsmodelle in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft. Die Studie untersucht die Potenziale, mögliche Hindernisse und Erfolgsfaktoren und hilft Energieversorgern oder Contractoren, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und diese/sich auf die zukünftigen Anforderungen des Marktes auszurichten.

Dies erfolgt neben einer konkreten Darstellung der Marktentwicklung in drei Szenarien auch über eine qualitative Darstellung (bspw. Anforderungen der Kunden, Ziele der Kunden, usw.) sowie der Berücksichtigung bereits bestehender Daten Grundlagen. Basierend auf diesen Einschätzungen wird quantitativ und qualitativ aufgezeigt, wie diese Potenziale genutzt sowie Hindernisse umgangen werden können, damit die eigene Marktposition verbessert werden kann.

Die Erkenntnisse über den Markt unterstützen die strategischen Überlegungen hinsichtlich der eigenen Unternehmensausrichtung als Energieversorger/Energiedienstleister und Contractor.

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 die Ergebnisse aus 93 strukturierten Interviews, die im Rahmen dieser Potenzialstudie geführt wurden, mit ein. Die folgenden Zielgruppen wurden befragt:

- Energieversorger
- Energiedienstleister/Contractoren
- Anlagenhersteller
- Wohnungsbaugesellschaft
- Immobilienunternehmen
- Weitere Experten

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Experten-gespräche erarbeitet.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Energieversorgern, Energieberatern und Energiedienstleistern sowie Akteuren in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft zukünftige Potenziale einzuschätzen und die eigene Strategie/Marktpositionierung vor diesem Hintergrund auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich z. B. für Vorstände, Geschäftsführer, Marketing, Vertrieb, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Konzernentwicklung, Leiter Energiedienstleistungen, Contracting, Geschäftsfeldverantwortliche u. ä.

1	Summaries	20			
1.1	Executive Summary	20	4.2.1	Contracting (nach Zielkundengruppen)	263
1.2	Management Summary	24	4.2.2	Immobilienwirtschaft	263
			4.3	Wohnungswirtschaft	264
			4.3.1	Vorteile und Nachteile aus Anwendersicht	264
2	Allgemeine Grundlagen	90	4.3.2	Vorteile von Contracting	265
2.1	Einleitung	90	4.3.3	Nachteile von Contracting	267
2.2	Aufbau der Studie	91	4.4	Vorteile der Eigenerzeugung	270
2.3	Methodik	93	4.4.1	Nachteile der Eigenerzeugung	273
2.4	Ziele und Nutzen der Studie	99	4.4.2	Weitere Anforderungen	275
2.5	Begriffsdefinitionen	100		Präferenzen bzgl. der Anbieter	276
2.5.1	Contracting	100		Nutzung Erneuerbarer Energien im Rahmen des Contracting	278
2.5.1.1	DIN 8930-5/ Definition auf Anbieterseite	100			
2.5.1.2	Energieliefer-Contracting	101	5	Anwendungsbeispiele und Fallstudien	280
2.5.1.3	Einspar-Contracting	102	5.1	Anwendungsbeispiele	280
2.5.1.4	Technisches Anlagenmanagement	102	5.1.1	Energieliefer-Contracting	280
2.5.1.5	Finanzierungs-Contracting	103	5.1.2	Einspar-Contracting	282
2.5.1.6	Definition der Kunden/Nachfrager	103	5.1.3	Finanzierungs-Contracting	284
2.5.1.7	Zusammenfassung	104	5.1.4	Technisches Anlagenmanagement	284
2.5.2	Eigenversorgung	104	5.1.5	Anwenderbeispiele Eigenerzeugung	285
2.5.3	Immobilien und Wohnungswirtschaft	105	5.1.5.1	...in der Immobilienwirtschaft	285
2.5.3.1	Wohnungswirtschaft	105	5.1.5.2	...in der Wohnungswirtschaft	286
2.5.3.2	(Gewerbliche) Immobilienwirtschaft	105	5.2	Fallstudien	289
2.5.3.3	Grundstückswirtschaft	106	5.2.1	Contracting in der Wohnungswirtschaft	289
2.5.3.4	Immobilienunternehmen	106	5.2.2	Contracting in der Immobilienwirtschaft	296
2.5.3.5	Immobilienfonds	106	5.2.3	Eigenerzeugung in der Wohnungswirtschaft	297
3	Rahmenbedingungen	109	5.2.4	Eigenerzeugung in der Immobilienwirtschaft	299
3.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	109			
3.1.1	Europäische Gesetzgebung	109	6	Ausgewählte Technologien	303
3.1.1.1	Richtlinie zur Energieeffizienz	110	6.1	Kesselanlagen	303
3.1.1.2	Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden	114	6.1.1	Kessel-Anlagentypen	303
3.1.1.3	Richtlinie zur umweltgerechten Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte	117	6.1.2	Einsatzbereiche für Kesselanlagen	305
3.1.1.4	Richtlinie zur Förderung der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen	119	6.1.3	Kennzahlen der Kesselanlagen	306
3.1.1.5	Richtlinie zur Kraft-Wärme-Kopplung (KWK-Richtlinie)	120	6.1.4	Wirtschaftlichkeit der Kesselanlagen	306
3.1.1.6	Emissionshandel	121	6.1.5	Wettbewerbssituation bei Kesselanlagen	307
3.1.2	Bundesrechtliche Rahmenbedingungen	125	6.2	Technologien zur Nutzung Erneuerbarer Energien	307
3.1.2.1	Übersicht: Energiekonzept der Bundesregierung	125	6.2.1	Anlagen zur solaren Energieerzeugung	307
3.1.2.2	Bundes-Immissionsschutzgesetz/Bundes-immissionsschutzverordnung (BImSchG/BImSchV)	133	6.2.1.1	Solarthermie	308
3.1.2.3	Energieeinsparverordnung (EnEV)	135	6.2.1.2	Photovoltaik	316
3.1.2.4	Energiesteuergesetz (EnergieStG)/Stromsteuergesetz (StromG)	139	6.2.1.3	Strom- und Wärmespeicher	331
3.1.2.5	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	145	6.2.2	Biomasseanlagen	350
3.1.2.6	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	149	6.2.2.1	Biomasse-Anlagentypen	351
3.1.2.7	Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG)	162	6.2.2.2	Einsatzbereiche von Biomasseanlagen	353
3.1.2.8	Heizkostenverordnung (HeizkostenV)	165	6.2.2.3	Kennzahlen der Biomasseanlagen	354
3.1.2.9	Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKG)	168	6.2.2.4	Wirtschaftlichkeit der Biomasseanlagen	357
3.1.2.10	Mietrecht bzgl. Energieversorgung	173	6.2.2.5	Wettbewerbssituation bei Biomasseanlagen	358
3.1.2.11	Verordnung über allgemeine Bedingungen für die Versorgung mit Fernwärme (AVBFernwärmeV)	176	6.2.3	Wärmepumpen	358
3.2	Energiewirtschaftliche Strukturen	178	6.2.3.1	Wärmepumpen-Anlagentypen	358
3.2.1	Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger	179	6.2.3.2	Einsatzbereiche für Wärmepumpen	361
3.2.2	Entwicklung im Großkraftwerkmarkt	202	6.2.3.3	Kennzahlen der Wärmepumpen	362
3.2.3	Marktentwicklung Erneuerbarer und dezentraler Energien	205	6.2.3.4	Wirtschaftlichkeit der Wärmepumpen	363
3.2.3.1	Wasserkraft	209	6.2.3.5	Wettbewerbssituation bei Wärmepumpen	364
3.2.3.2	Windenergie	215	6.2.4	Konventionelle, neue und KWK-Technologien	365
3.2.3.3	Bioenergie	218	6.2.4.1	BHKW-Anlagentypen	366
3.2.3.4	Photovoltaik	223	6.2.4.2	Einsatzbereiche der BHKW	373
3.2.3.5	Geothermie	225	6.2.4.3	Kennzahlen der BHKW	375
3.2.4	Nah- und Fernwärmemarkt	228	6.2.4.4	Wirtschaftlichkeit der BHKW	377
3.2.4.1	Fernwärme	229	6.2.4.5	Wettbewerbssituation für BHKW	379
3.2.4.2	Nahwärme	234	6.3	Kennzahlenvergleich	380
3.2.5	Anforderungen an die Strom- und Wärmeversorgung: Markt vs. Politik	236	7	Betreibermodelle im Vergleich	385
4	Anwenderanforderungen	240	7.1	Eigenbetrieb	386
4.1	Anforderungen der Wohnungs- und Immobilienunternehmen	240	7.2	Partnerschaftliche Kooperationen	388
4.1.1	Marktsituation	240	7.3	Contracting	388
4.1.2	Status quo Technologieeinsatz	246	7.3.1	Energieliefermodell	390
4.1.3	Status quo bei der Contracting-Nutzung	251	7.3.2	Einsparmodell	391
4.1.4	Status quo der Eigenerzeugung	256	7.3.3	Finanzierungsmodell	392
4.1.5	Anwenderanforderungen	257	7.3.4	Betriebsführungsmodell	393
4.2	Gründe für die Nichtnutzung von		7.3.5	Weitere Modelle	394
			7.4	Gegenüberstellung der verschiedenen Contracting-Modelle	394
				Zusammenfassung	395
			8	Handlungsfeld Vertrieb	399
			8.1	Problemanalyse Contracting-Vertrieb	399
			8.1.1	...nach Anbieterart	399
			8.1.2	...nach Zielkundengruppe	401
			8.1.3	...nach Wertschöpfungsstufe	407
			8.2	Vertriebsorganisation	408
			8.2.1	Aufbauorganisation	408
			8.2.1.1	Aufgabenanalyse und -synthese	409
			8.2.1.2	Organisationsformen	410
			8.2.1.3	Grundstruktur von Organisationen	414

8.2.2	Ablauforganisation	417	11.2.1.2	Gesamtkonjunkturentwicklung	573	12.3.2.6	Johnson Controls Systems & Service GmbH	789
8.3	Vertriebswege	418	11.2.1.3	Stromverbrauch	575	12.3.2.7	OVE Objekt-Versorgung mit rationellem Energieeinsatz GmbH & Co. KG	791
8.4	Vertriebsprozesse	424	11.2.1.4	Wärmeverbrauch	576	12.3.2.8	Siemens AG Building Technologies Division	793
8.4.1	Potenzialanalyse	425	11.2.1.5	Entwicklung Wohnungs- und Immobilienmarkt	577	12.3.2.9	Techem GmbH	796
8.4.2	Identifikation von (potenziellen) Kunden	427	11.2.2	Szenariospezifische Annahmen	586	12.3.2.10	URBANA Energiedienste GmbH	798
8.4.3	Erstkundenkontakt	427	11.2.2.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	586			
8.4.4	Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse	428	11.2.2.2	Förderung der Kraft-Wärme-Kopplung	588			
8.4.5	Angebotsphase	429	11.2.2.3	Förderung Erneuerbarer Energien	589			
8.4.6	Energielieferung	430	11.2.2.4	Technologische Entwicklung dezentraler Erzeugungstechnologien	591	13	Trends, Chancen und Risiken	803
8.5	Kombination mit anderen Produkten und Dienstleistungen	431	11.2.2.5	Strompreisentwicklung	593	13.1	Trends	803
8.5.1	...mit Smart Metering	431	11.2.2.6	Preisentwicklung Energieträger	595	13.1.1	Kundentrends	805
8.5.2	...mit Smart Home	432	11.2.2.7	Wettbewerbsentwicklung im Contracting-Markt	596	13.1.1.1	Wohnungswirtschaft	806
8.5.3	...mit Gebäudesanierung	433	11.2.2.8	Wohnungsneubau	597	13.1.1.2	Immobilienwirtschaft	809
8.5.4	...mit Elektromobilität	434	11.2.2.9	Sanierung/Modernisierung im Wohnungsbestand	600	13.1.2	Wettbewerbstrends	810
8.5.5	Befragungsergebnisse	435	11.2.3	Markttreiber und -hemmnisse	602	13.1.3	Produktrends	811
8.6	Vertriebscontrolling	437	11.3	Der Markt für Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft bis 2020	610	13.1.4	Strategietrends	813
8.7	Wettbewerbsanalyse	439	11.3.5	Entwicklung des Contracting-Marktes	644	13.1.5	Technologietrends	814
8.8	Human Resources im Vertrieb	441	11.3.5.1	...nach Zielklingengruppen	644	13.1.6	Trends in der energieautarken Versorgung	815
8.9	Bewertung- und Lösungsansätze	446	11.3.5.2	...nach Contracting-Formen	652	13.1.7	Trends in der Nah- und Fernwärmeversorgung	816
8.10	Fazit	448	11.3.5.3	...nach Anlagenart	654	13.1.8	Befragungsergebnisse	817
9	Handlungsfeld Marketing	452	11.3.6	Entwicklung konkurrierender Versorgungsmodelle	657	13.2	Chancen und Risiken	826
9.1	Status quo	452	11.3.6.1	Entwicklung der Nah- und Fernwärmeversorgung	658	13.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger (EVU)	826
9.2	Entwicklungen	455	11.3.6.2	Entwicklung der Eigenversorgung	664	13.2.2	Chancen und Risiken für unabhängige (spezialisierte) Contractoren	829
9.3	Distributionspolitik	458	11.3.8	Zusammenfassung	664	13.2.3	Chancen und Risiken für Kunden in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	833
9.4	Preispolitik	458	12	Wettbewerb und Anbieter	668	13.2.4	Befragungsergebnisse	836
9.5	Kommunikationspolitik	460	12.1	Wettbewerb im Contracting	668	14	Strategien	842
9.5.1	Öffentlichkeitsarbeit	461	12.1.1	Wettbewerbsstruktur im Contracting Überblick	669	14.1	Strategiedefinition	842
9.5.2	Werbung	463	12.1.1.1	Typen von Wettbewerbern	670	14.2	Strategische Positionierung unterschiedlicher Contracting-Anbietertypen	849
9.5.3	Mitgliedschaft in Verbänden	467	12.1.1.2	Strukturdaten und Marktanteile	673	14.2.1	Positionierung unabhängiger Contractoren	850
9.5.4	Markenbildung	467	12.1.1.3	Wettbewerbsituation im Gesamtmarkt Contracting	682	14.2.2	Positionierung für Energieversorger im Contracting-Markt	853
9.5.4.1	Grundlagen	467	12.1.3	Wettbewerbsituation in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	685	14.2.2.1	Regionale Energieversorgungsunternehmen	853
9.5.4.2	Markenstrategien	476	12.1.4	Bekanntheit und Image von Contracting-Anbietern	686	14.2.2.2	Tochtergesellschaften großer Energieversorgungsunternehmen	856
9.5.4.3	Markenpolitik im Contracting	485	12.1.5	Grundlage: Bekanntheitsmodell	688	14.2.3	Positionierung für weitere Contracting-Anbieter	859
9.5.4.4	Vor- und Nachteile	486	12.1.5.1	Befragungsergebnisse	690	14.3	Branchenspezifische Strategieoptionen	860
9.5.4.5	Beispiele	487	12.1.5.2	Image	691	14.3.1	Wohnungswirtschaft	861
9.6	Produktpolitik	491	12.1.6	Alleinstellungsmerkmale	693	14.3.2	Immobilienwirtschaft	862
9.6.1	Zielgruppenspezifisches Marketing für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	491	12.1.7	Eintrittsbarrieren im Wettbewerb	693	14.4	Strategieoptionen im Contracting	862
9.6.2	Leistungs- und Produktgestaltung	494	12.1.8	Wettbewerbsintensität	694	14.4.1	Gründung einer Tochtergesellschaft	863
9.6.2.1	Leistungsbestandteile	495	12.2	Ausgewählte Unternehmen der Wohnungs- und Immobilienbranche	697	14.4.2	Angebot von Standardlösungen	866
9.6.2.2	Einstiegspakete	497	12.2.1	Deutsche Annington Immobilien SE	697	14.4.3	Spezialisierung auf Erneuerbare Energien-Anlagen	867
9.6.2.3	Teil-Contracting	497	12.2.2	GAGFAH M Immobilien Management GmbH	699	14.4.4	Branchenspezialisierung	870
9.6.2.4	Voll-Contracting	498	12.2.3	Deutsche Wohnen AG	701	14.4.5	Cross-Selling	872
9.6.2.5	Individualisierung von Contracting-Paketen	499	12.2.4	TAG Immobilien AG	704	14.4.6	Kostenführerschaft durch Preis-Mengen-Strategie	873
9.6.2.6	Bundling	499	12.2.5	GSW Immobilien AG	707	14.4.7	Etablierung einer Marke	876
9.7	Bewertung und Lösungsansätze	499	12.2.6	GAG Immobilien AG	712	14.4.8	Marktdurchdringung	878
9.8	Fazit	501	12.3	Ausgewählte Anbieter von Contracting-Dienstleistungen	713	14.4.9	First Mover/Innovationsorientierte Strategie	880
10	Exkurs: Bioenergie-Contracting	505	12.3.1	Energieversorger (Tochterunternehmen)	714	14.4.10	Partnering/Kooperation	883
10.1	Biomasseaufkommen und -nutzung	506	12.3.1.1	enBW Energy Solutions GmbH	714	14.4.11	Multi Utility	885
10.1.1	Abfall- und Reststoffe	508	12.3.1.2	enercity Contracting GmbH (eCG)	717	14.5	Kriterienbasierte Bewertung der dargestellten Strategieoptionen	887
10.1.2	Nachwachsende Rohstoffe	510	12.3.1.3	ERN Energiedienstleistungen Rhein-Neckar GmbH	720	15	Weiteres Vorgehen und Praxistipps	891
10.2	Biomasse-Potenziale und konkurrierende Stoffströme	517	12.3.1.4	EWV VERTRIEB GmbH	723	15.1	Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren	891
10.2.1	...aus Abfällen und Reststoffen	517	12.3.1.5	GASAG Contracting GmbH	726	15.2	Leitfaden zur Auswahl von Contracting-Angeboten	899
10.2.2	...aus nachwachsenden Rohstoffen	526	12.3.1.6	Gelsenwasser AG	729	15.2.1	Erfahrungen von Anwendern	900
10.2.3	Biomasse-Importe	531	12.3.1.7	Mark-E AG	732	15.2.2	Auswahl-Checkliste	902
10.3	Output aus Biomasse-Anlagen	532	12.3.1.8	MVV Enamic GmbH	736	15.2.3	Bewertungsschema	905
10.3.1	Biogasanlagen	532	12.3.1.9	RheinEnergie AG	740	15.2.4	Kalkulationsschema zum Vergleich mit der Eigeninvestition	906
10.3.2	Biomasse(heiz)kraftwerke	534	12.3.1.10	RWE Energiedienstleistungen GmbH	744	15.3	Ausschreibung	909
10.4	Bioenergie-Contracting: Potenzialanalyse	537	12.3.1.11	Stadtwerke Aachen AG (STAWAG)	747	15.4	Checkliste-Anforderungskatalog	910
10.4.1	Biogasanlagen	539	12.3.1.12	Stadtwerke Bielefeld GmbH	750	15.5	Aspekte der Vertragsgestaltung	911
10.4.1.1	Schritt 1: Theoretische Potenziale	540	12.3.1.13	Stadtwerke Düsseldorf AG	753	16	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	918
10.4.1.2	Schritt 2: Potenziale unter Berücksichtigung konkurrierender Nutzungsarten	541	12.3.1.14	Stadtwerke Leipzig GmbH	756	16.1	Abbildungsverzeichnis	918
10.4.1.3	Marktprognose Anlagenbau bis 2020	544	12.3.1.15	Stadtwerke München GmbH	759	16.2	Tabellenverzeichnis	940
10.4.2	Biomasse(heiz)kraftwerke	547	12.3.1.16	STEAG New Energies GmbH	763			
10.4.2.1	Schritt 1: Theoretische Potenziale	547	12.3.1.17	swb Service GmbH & Co. KG	768			
10.4.2.2	Schritt 2: Potenziale unter Berücksichtigung konkurrierender Nutzungsarten	549	12.3.2	Unabhängige Contractoren	771			
10.4.2.3	Marktprognose Anlagenbau bis 2020	552	12.3.2.1	Cofely Deutschland GmbH	771			
10.4.3	Marktprognose Bioenergie-Contracting bis 2020	553	12.3.2.2	Danpower Energie Service GmbH	775			
10.5	Anwendungsbeispiele	555	12.3.2.3	GETEC AG	778			
11	Markt und Marktszenarien bis 2020	561	12.3.2.4	SPIE Energy Solutions GmbH	783			
11.1	Einleitung: Erläuterungen zur Methodik	561	12.3.2.5	Imtech Deutschland GmbH & Co. KG	785			
11.1.1	Methodik der Szenarioanalyse	561						
11.1.2	Szenarioanalyse	563						
11.1.3	Übersicht über die Szenarien	564						
11.1.4	Marktmodell	566						
11.2	Grundannahmen und Prämissen	568						
11.2.1	Annahmen für alle Szenarien	569						
11.2.1.1	Bevölkerungsentwicklung	569						

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. 17-1040)

»Contracting für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft«

- als Printversion zum Preis von EUR 4.900,00
- als PDF-Version
- mit einer Single-User-Lizenz zum Preis von EUR 4.900,00
 - mit einer Multi-User-Lizenz zum Preis von EUR 9.800,00
 - mit einer Corporate-Lizenz zum Preis von EUR 19.600,00
- und _____ zusätzliche Printkopien (je EUR 400,00)

personalisiert auf* _____

Die aktuell erstellte Studie umfasst
950 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.
- 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- 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 »Contracting für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft« kostet je nach Wahl als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 4.900,00. Die **Single-User-Lizenz** (personalisierte, passwortgeschützte CD-Rom mit geschütztem PDF) kostet EUR 4.900,00. Die **Multi-User-Lizenz** (bis zu 10 personalisierte, passwortgeschützte CD-Roms mit geschütztem PDF) kostet EUR 9.800,00. Die **Corporate-Lizenz** (CD-Rom mit freigegebenem PDF) kostet EUR 19.600,00. 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 **somit** verfügbar.

Weitere Studien

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

- Contracting und weitere Energiedienstleistungen in Österreich bis 2020 (in Bearbeitung)**
März 2014, ca. 800 Seiten, EUR 5.900,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2020 (3. überarbeitete und erweiterte Auflage)**
Mai 2013, 926 Seiten, EUR 6.900,00
- Der Markt für Contracting in der Schweiz bis 2020**
April 2012, 543 Seiten, EUR 4.900,00
- Der Markt für Kleinanlagen-Contracting bis 2020 (2. Auflage)**
November 2011, 730 Seiten, EUR 4.500,00
- Contracting und weitere Energiedienstleistungen in Österreich bis 2020 (2., überarbeitete und erweiterte Auflage)**
Januar 2011, 1.448 Seiten, EUR 5.900,00
- Bioenergie-Contracting (2., überarbeitete und erweiterte Auflage)**
April 2010, 1.218 Seiten, EUR 4.500,00
- Einspar-Contracting in Deutschland (2. Auflage, aktualisiert und erweitert)**
geplant, ca. 700 Seiten, EUR 4.500,00

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

© trend:research, 2014

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

- Bremen
- Bremerhaven
- Köln
- Stuttgart