



Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

Produkte, Marktvolumen, Potenziale, Wettbewerb

- Differenzierte Kundenanalyse bei Wohnungsbau- und -verwaltungsgesellschaften, Immobiliengesellschaften und -verwaltern, Facility-Managern
- Marktvolumen, -entwicklung und -potenziale

- Wettbewerbsanalyse und -profile
- Kundenanforderungen und -nutzen
- Strategie- und Handlungsempfehlungen
- Fallstudien
- Beispiele und Praxistipps

Die Fristen der BImSchV zur Einhaltung der neuen Grenzwerte bei den Abgasverlusten von Heizkesseln laufen im November 2004 ab. Bislang ist nur ein kleiner Teil der älteren Heizkessel modernisiert.

Eine Ursache ist, dass vielen Unternehmen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft das Geld für die notwendigen Investitionen fehlt. Hier kann Contracting ansetzen und eine Lösung sein, um die rund 850.000 Anlagen, die für Contracting geeignet sind, auf diesem Wege zu modernisieren.

Mittlerweile ist die Rechtsprechung über die Zustimmungspflicht und Umlagefähigkeit von Contractingverträgen zu Gunsten des Contracting weitergekommen. Ist damit ein wesentliches Hindernis auf dem Weg zu einer weiteren Verbreitung von Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft ausgeräumt?

Darüber hinaus haben die Contractor zusätzliche Hindernisse und Barrieren zu überwinden:

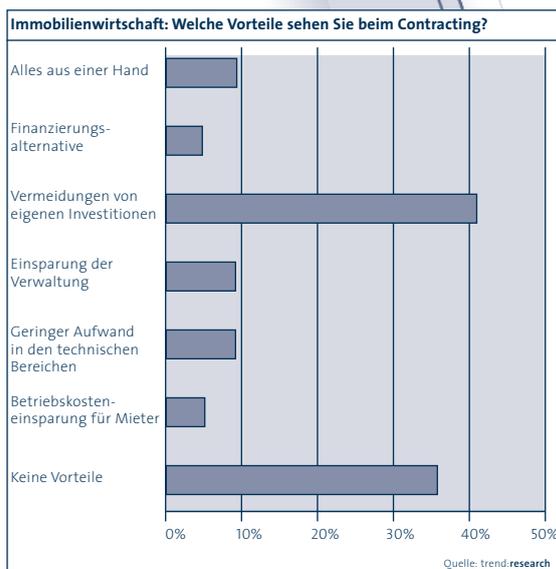
- Zwar ist der Begriff Contracting vielen Entscheidern bekannt, das Konzept wird jedoch selten als Alternative in den Entscheidungsprozess einbezogen.
- Viele potenzielle Kunden erkennen im Contracting keine wirtschaftlichen Vorteile und erbringen die Leistungen selbst.
- Langwierige und komplizierte Entscheidungsstrukturen (z.B. Eigentümersammlungen) verhindern einen Erfolg in akzeptabler Zeit.

Auf der Basis einer umfangreichen Befragung unter Wohnungs- und Immobiliengesellschaften liefert die Studie umfassendes Wissen für die Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Aufbau bzw. Ausbau des Geschäftsfeldes, z.B. über:

- Den Status Quo des Contractings
- Kundenanforderungen und -nutzen
- Produkte und Leistungen heute und morgen
- Hindernisse und Barrieren
- Anwendungsbereiche und Beispiele
- Marktvolumen in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
- Die weitere Entwicklung in Abhängigkeit unterschiedlicher Rahmenbedingungen (Marktszenarien)
- Wettbewerbsstrukturen und Marktanteile
- Anbieterprofile
- Trends und Vermarktungschancen
- Branchenstrategien und Handlungsoptionen für unabhängige Contractor, EVU-Tochterunternehmen sowie regionale und lokale EVU.

Die Studie richtet sich an EVU, Contracting-Dienstleister sowie an Wohnungs- und Immobiliengesellschaften.

Die Studie ist ab sofort verfügbar und umfasst mehr als 500 Seiten.
Einladung zur Studienpräsentation am 10. Mai 2004. Anmeldung siehe Rückseite.



value through information.

Ziele und Nutzen der Studie

Die Studie knüpft an die Ergebnisse der Potenzialstudie »Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010« an und vertieft die Untersuchung in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft.

Neben differenzierten Aussagen über die Kundenanforderungen erfolgt eine detaillierte Branchenanalyse und die Berechnung des branchenspezifischen Marktvolumens.

Auf der Basis einer umfangreichen Befragung von Branchenvertretern und einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen in diesem Contractingteilmarkt werden strategische und operative Entscheidungen unterstützt und Empfehlungen zum Aufbau und/oder Ausbau der eigenen Marktposition gegeben. Ebenso werden die Anforderungen und Bedürfnisse der Kunden in dieser Branche vertieft und geben Anhaltspunkte für eine eigene Segmentierung und Vertriebsvorbereitung.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Im Desk Research sind neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen auch bereits vorhandene Studien zum Thema Contracting ausgewertet worden.

Den Hauptteil macht das Field-Research aus. Im Rahmen einer umfangreichen, deutschlandweiten Befragung wurden mehr als 150 telefonische und persönliche Interviews geführt, u.a.:

Zielgruppe	Interviews
Immobilienwirtschaft	37
Wohnungswirtschaft	66
EVU / Stadtwerke	26
andere Contractoren	23
Experten (Verbände, Institutionen usw.)	15

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse wurden mit Hilfe der o.g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Anforderungen und Erwartungen führt zu abgesicherten Aussagen über Markt, Trends, Projekte und Wettbewerb sowie Strategien im liberalisierten Markt.

An wen sich die Studie richtet

Anbieter: Contractoren und EVU

Die Potenzialstudie hilft Contractoren, Energieversorgern, Querverbundunternehmen und Stadtwerken sowie Dienstleistern, zukünftige Contracting-Potenziale in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigenen Maßnahmen vor diesem Hintergrund im Zuge einer Branchenfokussierung auszurichten.

Anwender: Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

Unternehmen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft hilft die Studie, die eigenen Anforderungen zu schärfen, Produkte und Dienstleistungen zu vergleichen sowie einen Marktüberblick über die Anbieter zu bekommen.

Der Nutzen ergibt sich z.B. für Vorstände, Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung, Leiter Contracting, Leiter kundennahe Anlagen u.ä.

Märkte und Strategien Potenzialstudie

CONTRACTING IN DER WOHNUNGS- UND IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Inhalt der Studie

1	Management Summary	14	3.2.2	Status Quo im Contracting	136
2	Allgemeine Grundlagen	70	3.2.3	Marktanforderungen	138
2.1	Hinführung zum Thema	70	3.2.4	Anforderungen an das Contracting:	139
2.1.1	Einleitung	70	3.2.4.1	Bei Gesellschaften mit überwiegend öffentlich geförderten Wohnungen	139
2.1.2	Methodik	72	3.2.4.2	Bei Gesellschaften mit überwiegend frei finanzierten Wohnungen	141
2.1.3	Begriffsdefinitionen	75	3.2.4.3	Bei Wohnungseigentümergeinschaften	143
2.1.3.1	Contracting	75	3.2.5	Vor- und Nachteile von Contracting	144
2.1.3.2	Definitionen auf Anbieterseite	76	3.2.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	148
2.1.3.3	Definitionen der Kunden/Nachfrager	79	3.2.7	Nutzung erneuerbarer Energien im Rahmen des Contracting	150
2.1.4	Anlagen-Contracting	80	3.3	Fazit	151
2.1.5	Energieliefer-Contracting	81	4	Anwendungsbeispiele in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	154
2.1.6	Einspar- bzw. Performance-Contracting	81	4.1	Anlagen-Contracting	154
2.1.7	Intracting: Verwaltungsinternes Contracting	82	4.1.1	Stromerzeugungsanlagen	154
2.1.8	Betriebsführungs-Contracting	83	4.1.2	Wärmeerzeugungsanlagen	155
2.1.9	Voll-Contracting	83	4.1.3	Contracting von Beleuchtungsanlagen	157
2.1.10	Engineering-Contracting	84	4.1.4	Be- und Entlüftung	157
2.1.11	Finanzierungs-Contracting	84	4.1.5	Weitere	158
2.1.12	Beteiligungs-Contracting	85	4.2	Energieliefer-Contracting	158
2.1.13	Bau-Contracting	85	4.3	Einsparcontracting	160
2.1.14	Contracting vs. Outsourcing	85	4.4	Technisches Gebäudemanagement/ Facility Management	162
2.1.15	Zusammenfassung der Contracting-Varianten	86	4.5	Verbrauchsabrechnung und Heizkostenverteilung	163
2.2	Rahmenbedingungen	86	5	Ausgewählte Technologien in der dezentralen Energieerzeugung	165
2.2.1	Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	86	5.1	Brennwerttechnik	165
2.2.1.1	Unbundling	87	5.2	Solarthermische Anlagen	167
2.2.1.2	Regulierungsbehörde	90	5.3	Wärmepumpen	175
2.2.1.3	Preisentwicklung	92	5.4	Geothermie	177
2.2.2	Rahmenbedingungen in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	92	5.5	HAST Akku	179
2.2.2.1	Rahmenbedingungen in der Wohnungswirtschaft	92	5.6	Gasturbinenanlage mit Wärmerückgewinnung	181
2.2.2.2	Rahmenbedingungen Immobilienwirtschaft	98	5.7	Diesel- und Gasmotoren	181
2.2.3	Rahmenbedingungen im Contracting-Umfeld	109	5.8	Inverse Gasturbinen	182
2.2.4	Ausgewählte rechtliche Grundlagen	114	5.9	Brennstoffzelle	182
3	Anwenderanforderungen/ Kundenanalyse	120	5.10	Mikroturbine	190
3.1	Immobilienwirtschaft	120	5.11	Kennzahlen und Vergleich	191
3.1.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	120	6	Markt und Marktszenarien für das Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	196
3.1.2	Status Quo im Contracting	124	6.1	Einleitung: Erläuterungen zur Methodik	197
3.1.3	Marktanforderungen	126	6.1.1	Darstellung verschiedener Szenarien	199
3.1.4	Anforderungen an das Contracting allgemein	127	6.1.2	Methodik	200
3.1.5	Anforderungen nach Art der Immobiliennutzung	128	6.2	Grundannahmen und Prämissen	202
3.1.6	Vor- und Nachteile von Contracting	130	6.2.1	Annahmen für alle Szenarien	203
3.1.7	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	133	6.2.2	Szenariospezifische Annahmen	207
3.1.8	Nutzung erneuerbarer Energien im Rahmen des Contracting	134	6.2.2.1	Annahmen für das Szenario 1	207
3.2	Wohnungswirtschaft	135	6.2.2.2	Annahmen für das Szenario 2 (Referenzszenario)	209
3.2.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	135			

6.2.2.3	Annahmen für das Szenario 3	212	7.4.1.16	GETEC AG	286	9.4	Querschnittsstrategien	395
6.3	Markt und Marktentwicklung im Contracting in Deutschland: Gesamtmarkt	217	7.4.1.17	Gesellschaft für wirtschaftliche Energieversorgung mbH (GWE)	290	9.4.1	Die Basis: Kundenwertanalyse	395
6.3.1	Der Markt für Contracting in 2003	218	7.4.1.18	HARPEN Energie Contracting GmbH	294	9.4.2	Preis-Mengen-Strategie	399
6.3.2	Anteile öffentlich geförderter und privat finanzierter Wohnungen	222	7.4.1.19	HARPEN EKT	297	9.4.3	First Mover	403
6.3.3	Anteile Büroimmobilien, Einzelhandelsimmobilien, Industrieimmobilien	223	7.4.1.20	HessenEnergie AG	300	9.4.4	Marken und Produkte	406
6.3.4	Marktdurchdringung	223	7.4.1.21	Vattenfall Contracting mbH	304	9.4.5	Marktdurchdringung	409
6.4	Markt und Marktentwicklung im Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft in 3 Szenarien	224	7.4.1.22	Imtech Deutschland GmbH & Co. KG	307	9.4.6	Partnering	411
6.4.1	Der Markt für Contracting nach Jahren (2003, 2005, 2010, 2015)	224	7.4.1.23	InfraServ GmbH & Co. Höchst KG	310	9.4.7	Mergers & Acquisitions	415
6.4.2	Der Markt für Contracting nach Zielgruppen	225	7.4.1.24	LGM Energie GmbH	314	9.4.8	Protektion	418
6.4.3	Der Markt für Contracting nach Contractingart	226	7.4.1.25	LGM Energie GmbH	314	9.4.9	Multi Utility	421
6.4.4	Der Markt für Contracting nach Contractinggegenstand	226	7.4.1.26	MVV Energie AG	317	10	Ausgestaltung und Vermarktung von Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	425
7	Wettbewerb	228	7.4.1.27	NGT Neue Gebäudetechnik GmbH	320	10.1	Produktgestaltung	427
7.1	Wettbewerb in der Energie- wirtschaft /Multi Utility	228	7.4.1.28	RWE Solutions AG	322	10.1.1	Leistungsbestandteile	427
7.2	Wettbewerb im Contracting allgemein	232	7.4.1.29	Shell & DEA Direct GmbH	325	10.1.2	Einstiegspakete	430
7.2.1	Marktstruktur im Contracting	232	7.4.1.30	Stadtwerke Düsseldorf Aktiengesellschaft	328	10.1.3	Teilcontracting	431
7.2.1.1	Überblick und Strukturdaten	232	7.4.1.31	STEAG Energie-Contracting GmbH (SEC)	330	10.1.4	Vollcontracting	432
7.2.1.2	Strukturdaten zum Umsatz	236	7.4.1.32	SFW	333	10.1.5	Bundling	433
7.2.1.3	Typen von Wettbewerbern	237	7.4.1.33	Südwärme Gesellschaft für Energielieferung AG	339	10.1.6	Individualisierung von Contracting-Paketen	434
7.3	Wettbewerb im Contracting für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	237	7.4.1.34	swb Synor GmbH & Co. KG	342	10.2	Finanzplanung im Contracting	434
7.3.1	Spezialisten für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	237	7.4.1.35	Techem Energy Contracting GmbH	345	10.2.1	Planungsgrößen	435
7.3.2	Produkt-Kunden-Kombinationen	238	7.4.1.36	URBANA Fernwärme GmbH	348	10.2.2	Einflussfaktoren	436
7.3.3	Erfolgsfaktoren	239	7.4.1.37	Viterra Contracting GmbH	352	10.2.3	Planungstechnik Szenarioanalyse	436
7.4	Ausgewählte Wettbewerber und Anbieter	241	7.4.1.38	Wärme GmbH Berlin (WGB)	355	11	Fallstudien und Beispiele	439
7.4.1.1	Aktiengesellschaft für Versorgungs- Unternehmen (AVU)	241	8	Trends, Chancen und Risiken	359	11.1	Fallbeispiele	439
7.4.1.2	Berliner Energieagentur GmbH	244	8.1	Trends	359	11.1.1	Contracting in großen Mehrfamilienhäusern	437
7.4.1.3	Dalkia Energies Service GmbH	247	8.1.1	Kunden- und Anwendungstrends	359	11.1.2	Contracting in kleinen Mehrfamilienhäusern	442
7.4.1.4	Deutsche Telekom Immobilien und Service GmbH	250	8.1.2	Immobilienwirtschaft	359	11.1.3	Contracting in Bürogebäuden	445
7.4.1.5	EAM EnergiePlus GmbH	253	8.1.3	Wohnungswirtschaft	361	11.1.4	Contracting in Veranstaltungs- räumen (Kino, Theater)	448
7.4.1.6	Elyo AG & Co. KG	256	8.1.4	Wettbewerbstrends	362	11.1.5	Contracting in Technologieparks o.ä.	449
7.4.1.7	Energie Consulting und Service GmbH (ECS)	259	8.1.5	Markttrends	364	11.1.6	Weitere Beispiele	451
7.4.1.8	EC Energiecontracting Heidelberg GmbH	262	8.1.6	Produktrends	366	11.2	Leitfaden zur Auswahl von Contractingangeboten	453
7.4.1.9	EC Bioenergie GmbH	266	8.1.7	Produktrends	366	11.2.1	Anfrageprofil	453
7.4.1.10	EnBW Energy Solutions GmbH	269	8.1.8	Strategietrends	368	11.3	Technische Auslegungsdaten	459
7.4.1.11	E.ON Energy Projects GmbH	272	8.1.9	Technologietrends	369	11.3.1	Erfahrungen von Anwendern	463
7.4.1.12	Energieversorgung Offenbach AG (EVO)	275	8.2	Weitere	370	11.3.2	Auswahl-Checkliste	463
7.4.1.13	EWE AG	277	8.2.1	Chancen und Risiken	371	11.3.3	Bewertungsschema	464
7.4.1.14	G.A.S. Energietechnologie GmbH	280	8.2.2	Chancen und Risiken für EVU/Stadtwerke	371	11.3.4	Kalkulationsschema zum Vergleich mit der Eigeninvestition	465
7.4.1.15	GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik GmbH EnergieControlling	283	8.2.3	Chancen und Risiken für Contractoren	374	11.4	Zusammenfassung und Fazit	467
			9	Strategien	379	12	Weiteres Vorgehen / Praxistipps	469
			9.1	Einleitung, Kapitelübersicht und Strategiedefinition	379	12.1	Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren	469
			9.2	Strategieoptionen	381	12.2	Ausschreibung	479
			9.2.1	Übersicht der möglichen Strategieoptionen	381	12.3	Checkliste: Anforderungskatalog	491
			9.2.2	Strategieoptionen für unabhängige Contractoren	385	12.4	Aspekte der Vertragsgestaltung	492
			9.2.3	Strategieoptionen für Tochterunternehmen großer EVU	388			
			9.2.4	Strategieoptionen für regionale bzw. lokale EVU	391			
			9.3	Branchenstrategien Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	393			

Die Studie umfasst 504 Seiten. Durch die laufende Bearbeitung und Aktualisierung der Studie können sich sowohl Seitenzahlen als auch einzelne Punkte leicht verändern.

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. 06-12006) »Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft« zum Preis von EUR 3.400,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00)
- Hiermit melden wir uns zur Studienpräsentation am **10. 5. 2004** in Bremen zum Preis von EUR 600,00 an. (Dieser Betrag wird beim Kauf der Studie verrechnet.)
 - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir sind an einem internen Workshop interessiert, um:
- Schwerpunkte u. Inhalte der Studie zu diskutieren.
 - Eine regionale bzw. inhaltliche Fokussierung durchzuführen.
- Bitte senden Sie uns Informationen zu folgenden Studien:
- »Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010« (Nr. 06-12001)
 - »Contracting im Krankenhaus« (Nr. 07-12009)
 - »Contracting in Gewerbe und Industrie« (Nr. 07-12011)
 - »Contracting bei Kommunen/in öffentlichen Einrichtungen« (Nr. 07-12012)

ADRESSE	
FIRMA	
NAME	
STRASSE	
PLZ/ORT	
TEL./FAX	
E-MAIL	
<input type="radio"/> nein	Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.
	Hiermit bestätige ich, Copyright und Urheberrechte zu wahren und die Studie oder Teile davon auf keine Weise zu vervielfältigen oder weiterzugeben:
Datum	Unterschrift/Stempel 07-03001

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 und dessen dosierter Transfer, aufbereitet 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 Versorgung- und Telekommunikationsmärkten.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren Stadtwerke und Energieversorgungsunternehmen und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage oder ist im Internet unter www.trendresearch.de abrufbar.



KONDITIONEN

Die Potenzialstudie »Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft« kostet 3.400,00 EUR (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu 300,00 EUR pro Kopie zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung. Die Studie ist sofort verfügbar.



VERANSTALTUNGEN ZUR STUDIE

In einer halbtägigen Studienpräsentation werden am 10. 5. 04 in Bremen ausgewählte Ergebnisse der Studie präsentiert und diskutiert. Hierbei werden die aus der Befragung gewonnenen Erkenntnisse direkt vermittelt und kritisch zur Diskussion gestellt, so dass eigene Schlussfolgerungen für das praktische Vorgehen abgeleitet werden können. Der Preis für die Präsentation beträgt 600,00 EUR zzgl. MwSt.; dieser Betrag wird beim Kauf der Studie verrechnet. Die Teilnahme ist für Studienkäufer kostenlos.



WEITERE STUDIEN

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

- Contracting im Krankenhaus**, 05/04, ca. 450 S., EUR 3.400,00
- Contracting in Gastronomie und Freizeitgewerbe**, 05/04, ca. 450 S., EUR 3.400,00
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 05/03, 600 S., EUR 5.500,00
- Der Markt für Energiedienstleistungen, 2. Aufl.**, 11/03, ca. 400 S., EUR 4.400,00
- Kraftwerke 2020 (in Begleitung des VGB)**, 09/03, 819 S., EUR 8.900,00
- Der Markt für technische Dienstleistungen**, 2. Auflage, 01/04, 644 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für Abrechnungsdienstleistungen in der Energiewirtschaft, 2. Aufl.**, 07/03, 820 S., EUR 3.300,00
- Zählerwesen: Unbundling, Marktpotenziale, Prozessoptimierung**, 02/04, 705 S., EUR 3.500,00