



Energiedienstleistungen bis 2020 (4. Auflage)

Erschließung und Ausbau lukrativer Geschäftsfelder

Die aktuell erstellte Studie umfasst **928 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

trend:research.de

- **Marktvolumen und -entwicklungen nach Kundengruppen bis 2020**
- **Kundengruppenspezifische Anforderungen**
- **Erfolgsfaktoren im Vertrieb**

- **Wettbewerbsanalyse**
- **Trends, Chancen und Risiken**
- **Strategieoptionen für EVU und weitere Energiedienstleister**
- **Vergleich: Voraufgabe vs. aktueller Stand**

Vor dem Hintergrund des steigenden Kosten- und Wettbewerbsdrucks werden von Versorgungsunternehmen schon seit einigen Jahren verstärkt Energiedienstleistungen als Mittel der Kundenbindung und zur Erschließung neuer Geschäftsfelder genutzt.

Von den im Rahmen dieser Studie befragten Anbietern von Energiedienstleistungen wurden insbesondere die technologische Entwicklung (45%), weiter steigende Energiepreise sowie die wachsende Nachfrage (jeweils 25 Prozent) als Einflussfaktoren im Markt für Energiedienstleistungen genannt (vgl. Abbildung links).

Eine Belebung des Marktes versprechen zudem die rechtlichen Rahmenbedingungen mit dem Energiekonzept der Bundesregierung und regulatorische Vorgaben von Seiten der EU. Das übergeordnete Ziel der Steigerung der Energieeffizienz fördert die Angebotsseite und schafft zugleich Anreize auf der Nachfrageseite. Viele Versorger bieten bereits erfolgreich Leistungen wie z.B. Contracting oder Energiemanagement für Dritte an.

Die Herausforderung besteht dabei darin, dass der Versorger vom Kunden nicht nur als Lieferant von Energie, sondern zugleich auch als serviceorien-

tierter Partner wahrgenommen wird. Die aktuelle erstellte trend:research-Studie „Energiedienstleistungen bis 2020 (4. Auflage)“ untersucht auf Basis von über 80 Experteninterviews, wie hoch das Interesse an Energiedienstleistungen innerhalb der einzelnen Kundengruppen aktuell ist und welche Potenziale sich daraus für EVU und weitere Energiedienstleister ergeben.

Zusätzlich beantwortet die Studie folgende Fragestellungen:

- Welche Dienstleistungen bieten aktuell und zukünftig die größten Absatzpotenziale?
- Welche Anforderungen bestehen bei den einzelnen Zielkundengruppen?
- Welche Markttreiber und -hemmnisse sind zu beobachten und zukünftig zu erwarten?
- Welche Trends, Chancen und Risiken bietet der EDL-Markt für EVU und weitere Energiedienstleister?
- Wie werden sich Angebot und Nachfrage von EDL weiterentwickeln und welche Strategieoptionen ergeben sich daraus für EVU und Energiedienstleister?

Welche Faktoren werden die Entwicklung des Marktes für EDL maßgeblich beeinflussen?

(n=20)



Abbildung: Einflussfaktoren im Markt für Energiedienstleistungen

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen im Zusammenhang mit EDL und Einsatzmöglichkeiten in der Industrie sowie bei Kommunen und öffentlichen Einrichtungen sowie Wohnungs- und Immobiliengesellschaften. Ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen werden gegenwärtige und zukünftige Anforderungen an EDL und deren Anbieter betrachtet, Einsatzbereiche untersucht und Potenziale für den Umsatz mit EDL dargestellt.

Dabei werden gegenwärtige Trends betrachtet und Strategieempfehlungen sowie Praxistipps ausgearbeitet, die EVU und Energiedienstleister dazu verhelfen, ihre EDL gegenwärtigen und zukünftigen Anforderungen gezielt anzupassen. Die Studie hilft, die weiteren Entwicklungen einzuschätzen und eine eigene erfolgreiche Strategie und Marktpositionierung vor diesem Hintergrund auszurichten.

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 über 80 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorgungsunternehmen,
- Energiedienstleister,
- Industrieunternehmen,
- Kommunen und öffentliche Einrichtungen,
- Wohnungs- und Immobiliengesellschaften.

Weiter werden ausgewählte Branchenexperten befragt. Auf der Basis der Auswertung von Anforderungen und Erwartungen können so mit Blick auf den Markt für Energiedienstleistungen abgesicherte Aussagen über Status quo, Trends Wettbewerb und Strategien dargestellt werden.

An wen sich die Studie richtet

Die Studie richtet sich insbesondere an Energieversorgungsunternehmen und Energiedienstleistungsanbieter.

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

1	Executive Summary	19	5.2.1.5	Lastmanagement	278
			5.2.1.6	Lastgangmessung	281
2	Management Summary	23	5.2.1.7	Least-Cost-Planning	281
			5.2.1.8	Integrierte Ressourcenplanung	283
3	Allgemeine Grundlagen	83	5.2.1.9	Qualitätsmanagement	283
3.1	Ausgangsüberlegungen und -lage	83	5.2.2	IT-basierte Dienstleistungen	286
3.2	Zielsetzungen	85	5.2.2.1	Energiedatenmanagement (EDM)	286
3.3	Methodik	88	5.2.2.2	Energieabrechnung (Billing)	288
3.4	Begriffsdefinitionen	92	5.2.2.3	Geografische Informationssysteme	291
3.4.1	Energiedienstleistungen	92	5.2.2.4	Visualisierung von Daten	294
3.4.1.1	Definitionen auf Anbieterseite	95	5.2.3	Contracting	295
3.4.1.1.1	Contracting	95	5.2.3.1	Energieliefer-Contracting	295
3.4.1.1.2	Facility-Management	96	5.2.3.2	Einspar-Contracting	296
3.4.1.2	Definitionen auf Nachfragerseite (Befragungsergebnisse)	96	5.2.3.3	Finanzierungs-Contracting	297
3.4.2	Energienahe Dienstleistungen	97	5.2.3.4	Technisches Anlagenmanagement	297
3.4.3	Energieferne Dienstleistungen	97	5.2.4	Facility Management (FM)	298
3.4.4	Technische (Energie-) Dienstleistungen	98	5.2.5	Systemdienstleistungen	304
3.4.5	Systemdienstleistungen	98	5.2.6	Sonstige Energiedienstleistungen	305
			5.2.6.1	Kunden-Online-Service	305
			5.2.6.2	Infrarot-Thermografie	307
			5.2.6.3	Labor-Dienstleistungen/Umweltanalytik	309
4	Rahmenbedingungen	100	5.2.6.4	Inhouse Powerline Communication	310
4.1	Energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen	100	5.2.6.5	Energieaudit: Gebäude-Energiepass	312
4.1.1	Strommarkt	100	5.3	Preise	314
4.1.2	Gasmarkt	103	5.3.1	Anforderungen und Herausforderungen	314
4.1.3	Wärmemarkt	108	5.3.2	Vertragslaufzeiten	318
4.2	Rahmenbedingungen bei den Zielgruppen	119	5.3.3	Preisgestaltungsspielräume	320
4.2.1	Industrie	119	5.4	Wesentliche Trends und Entwicklungen seit 2007	324
4.2.2	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	127	5.5	Zusammenfassung und Fazit	325
4.2.3	Krankenhäuser	141			
4.2.4	Facilities	153	6	Anwendungsbeispiele und Fallstudien	327
4.2.5	Wohnungs- und Immobiliengesellschaften	164	6.1	Anwendungsbeispiele für ...	327
4.3	Gesetzliche Rahmenbedingungen	174	6.1.1	...Energiedatenmanagement	327
4.3.1	Anreizregulierung	174	6.1.2	...Contracting	332
4.3.2	BGH-Urteil zur Ölpreisbindung bei Gas vom März 2010	179	6.1.2.1	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	332
4.3.3	EG-Richtlinie zur Förderung der Stromerzeugung aus erneuerbaren Energiequellen (2001/77/EG)	180	6.1.2.2	Industrieunternehmen	339
4.3.4	EU-Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen (2006/32/EG)	181	6.1.2.3	Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	347
4.3.5	EU-Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden (2002/91/EG)	185	6.1.2.4	Krankenhäuser	351
4.3.6	Emissionshandel: Gesetze und Mechanismen	186	6.1.3	...Facility Management	352
4.3.7	Energieeinsparverordnung (EnEG/EnEV)	202	6.1.4	...Sonstige Energiedienstleistungen	356
4.3.8	Energiesteuergesetz (EnergieStG)	210	6.2	Fallstudien	364
4.3.9	Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)	217	6.2.1	Energiedienstleistungen für Industrie/ Gewerbe	364
4.3.10	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	221	6.2.2	Energiedienstleistungen für Kommunen/öffentliche Einrichtungen	370
4.3.11	Erneuerbare-Energien-Wärme-Gesetz (EEWärmeG)	227	6.2.3	Energiedienstleistungen für Krankenhäuser/Altenheime	383
4.3.12	EU-Binnenmarktrichtlinien Elektrizität/Gas	229	6.2.4	Energiedienstleistungen für Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	391
4.3.13	Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)	229	6.2.5	Energiedienstleistungen für Privatkunden/Gewerbe	398
4.3.14	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)	231	7	Vermarktung und Vertrieb von EDL	404
4.3.15	Konzessionsabgabenverordnung (KAV)	232	7.1	Einführung und Übersicht	404
4.3.16	Liberalisierung des Zähl- und Messwesens	235	7.2	Vermarktung	406
4.3.17	Netzentgeltverordnung (StromNEV, GasNEV)	235	7.2.1	Marketing-Instrumente	406
4.3.18	Richtlinie zum Ökodesign von Energieprodukten	247	7.2.1.1	Produktpolitik	407
4.4	Energiekonzept der Bundesregierung	251	7.2.1.2	Distributionspolitik	412
4.5	Zusammenfassung und Fazit	255	7.2.1.3	Kommunikationspolitik	413
			7.2.1.4	Preispolitik	415
			7.2.1.5	Weitere Marketing-Maßnahmen	423
5	Produkt- und Preisgestaltung bei EDL	260	7.2.2	Markenbildung	433
5.1	Einführung und Übersicht	260	7.2.2.1	Grundlagen	433
5.2	Produkte	261	7.2.2.2	Markenstrategien	442
5.2.1	Energiemanagement	261	7.2.2.2.1	Horizontale Markenstrategie	443
5.2.1.1	Energieeinsparberatung	261	7.2.2.2.2	Vertikale Markenstrategie	449
5.2.1.2	Energiecontrolling	267	7.2.2.3	Vor- und Nachteile	451
5.2.1.3	Energieportfoliomanagement	272	7.3	Vermarktung von EDL	454
5.2.1.4	Energiekonzeptionierungen	276	7.3.1	Markenpolitik EDL	457
			7.3.2	Status quo und Entwicklung	458
			7.4	Zielgruppenspezifisches Marketing	459
			7.4.1	Wohnungs- u. Immobilienwirtschaft	460
			7.4.2	Krankenhäuser u. Pflegeeinrichtungen	461

7.4.3	Verarbeitende Industrie und Unternehmen der Ver- und Entsorgungsbranche	462	10	Markt und Marktentwicklung von EDL bis 2020	666	12.1.1.4	Facilities	828
7.4.4	Kommunen u. öffentliche Einrichtungen	463	10.1	Einleitung: Erläuterung zur Methodik	667	12.1.1.5	Wohnungs- und Immobiliengesellschaften	828
7.5	Leistungs- und Produktgestaltung	464	10.1.1	Darstellung verschiedener Szenarien	668	12.1.2	Markttrends	830
7.5.1	Leistungsbestandteile	464	10.1.2	Methodik	670	12.1.3	Produktrends	832
7.5.2	Einstiegspakete	466	10.2	Grundannahmen und Prämissen	672	12.1.4	Wettbewerbstrends	834
7.5.3	Individualisierung von Energiedienstleistungspaketen	466	10.2.1	Allgemeine Grundannahmen für alle Szenarien	672	12.1.5	Strategietrends	838
7.5.4	Bündling	467	10.2.2	Szenariospezifische Prämissen	675	12.2	Chancen und Risiken für EVU und spezialisierte Energiedienstleister	840
7.6	Vertrieb von EDL	467	10.2.2.1	Szenario 1: Konservative Marktentwicklung	677	12.2.1	EVU	840
7.7	Problemanalyse Energiedienstleistungsvertrieb	468	10.2.2.2	Szenario 2: Erwartete Marktentwicklung (Referenzszenario)	681	12.2.2	Spezialisierte Energiedienstleister	846
7.7.1	...nach Zielkundengruppe	468	10.2.2.3	Szenario 3: Progressive Marktentwicklung	686	13	Strategien	852
7.7.2	...nach Wertschöpfungsstufe	472	10.3	Markt und Marktentwicklung für Energiedienstleistungen	690	13.1	Ausgewählte Strategieoptionen	852
7.7.3	...nach weiteren Kriterien	473	10.3.1	Markteintrittsbarrieren	695	13.2	Ansätze und Überlegungen zur Strategiefindung	854
7.8	Vertriebsorganisation	473	10.3.2	Markttreiber	696	13.3	Optionen zum Angebot von EDL	870
7.8.1	Aufbauorganisation	473	10.3.3	Der Markt für Energiedienstleistungen in 2010	698	13.3.1	Eigenerstellung (Erstmarke)	870
7.8.2	Ablauforganisation	484	10.3.3.1	Differenziert nach Zielkundengruppen	699	13.3.2	Unternehmensneugründung (Erstmarke)	871
7.9	Vertriebswege	485	10.3.3.2	Differenziert nach Dienstleistungsbe-reichen	702	13.3.3	Ausgründung (Gründung einer Tochtergesellschaft; Zweitmarke; allein oder in Kooperation)	872
7.10	Vertriebsprozesse	520	10.3.3.3	Energieeinspareffekte durch EDL in 2010	705	13.3.4	M&A (Erstmarke, Zweitmarke; allein oder in Kooperation)	873
7.10.1	Potenzialanalyse und Identifikation von (potenziellen) Neukunden	522	10.3.4	Vergleich Einschätzungen zur Marktentwicklung mit Voraufgabe	706	13.4	Portfolioorientiert: Mit welcher Ausrichtung sollen EDL angeboten werden?	875
7.10.2	Erstkundenkontakt	527	10.3.5	Der Markt für Energiedienstleistungen in 2015	708	13.4.1	Branchenspezialisierung/Nischenstrategie	875
7.10.3	Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse	528	10.3.5.1	Differenziert nach Zielkundengruppen	710	13.4.2	Multi-Utility	876
7.10.4	Angebotsphase	529	10.3.5.2	Differenziert nach Dienstleistungsbe-reichen	712	13.4.3	Cross-Selling Strategien	877
7.10.5	Energielieferung	530	10.3.6	Der Markt für Energiedienstleistungen in 2020	715	13.4.4	Geografische Ausrichtung	879
7.11	Vertriebscontrolling	531	10.3.6.1	Differenziert nach Zielkundengruppen	716	13.4.5	Qualitäts- und Preisführerschaft	882
7.12	Wettbewerbsanalyse	533	10.3.6.2	Differenziert nach Dienstleistungsbe-reichen	717	13.5	Vertriebsorientiert: Welche Optionen sollen beim Vertrieb eingesetzt werden?	884
7.13	Human Resources im Vertrieb	535	10.3.6.3	Energieeinspareffekte durch EDL bis 2020	718	13.5.1	CRM-Strategien	884
7.14	Wesentliche Trends und Entwicklungen seit 2007	542	10.3.7	Zusammenfassung	719	13.5.2	Strategien zur Stärkung der Marke und Kommunikationsstrategien	885
7.15	Zusammenfassung und Fazit	543	11	Wettbewerb	724	13.5.3	Aufbau neuer Vertriebskanäle	887
8	Organisation und Prozesse	546	11.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	724	13.5.4	Corporate Social Responsibility	889
8.1	Organisation	546	11.2	Wettbewerb im Markt für EDL	726	13.5.5	Protektion	890
8.1.1	Anforderungen an die Organisationsstruktur (Aufbau-/ Ablauforganisation)	546	11.3	Profile ausgewählter Anbieter von EDL	727	14	Hilfen und Praxistipps	893
8.1.2	Organisation	552	11.3.1	Energieversorger	727	14.1	Business Plan: Vorgehensweise zur Bestimmung regionaler Absatzmarktpotenziale	893
8.1.2.1	... im Vertrieb (Strom, Gas)	553	11.3.1.1	Badenova	727	14.2	Modellumsetzung: Maßnahmenplanung bei der Einführung von EDL	898
8.1.2.2	... im Vertrieb Dienstleistungen	553	11.3.1.2	E.ON Energie AG	731	14.2.1	Vorbereitungsphase	898
8.1.2.3	... als eigenes (Haupt-)Geschäftsfeld	554	11.3.1.3	EnBW	736	14.2.2	Produktstartphase	900
8.1.2.4	... als eigene Gesellschaft	555	11.3.1.4	Enercity/ Stadtwerke Hannover	739	14.2.3	(Post-) Etablierungsphase	902
8.2	Kernprozesse bei Energiedienstleistungen	556	11.3.1.5	EWE	744	14.3	Projektansatz: Projektplanung bei der Einführung von EDL	903
8.2.1	Energiedatenmanagement	567	11.3.1.6	HSE	747	14.3.1	Entscheidungsprobleme und Fragestellungen	904
8.2.2	Contracting	576	11.3.1.7	Mainova	751	14.3.2	Projektorganisation, Projektvernetzung und Projektkommunikation	905
8.2.3	Facility Management	581	11.3.1.8	Enervie	755	14.3.3	Projektumsetzung	906
8.2.4	Systemdienstleistungen	584	11.3.1.9	MVV Energie	760	14.3.3.1	Bestimmung von Einflussfaktoren	906
8.3	Beispiele aus der Praxis	585	11.3.1.10	N-ERGIE	764	14.3.3.2	Erarbeitung der strategischen Positionierung und Ableitung der Handlungsfelder	907
8.3.1	Cofely Deutschland GmbH	585	11.3.1.11	RheinEnergie	767	14.4	Auswahl und Umsetzung der Handlungsalternativen	907
8.3.2	Kofler Energies Power AG	586	11.3.1.12	RWE Energiedienstleistungen	771	15	Abbildungsverzeichnis	911
8.3.3	RWE Deutschland	588	11.3.1.13	Stadtwerke Leipzig	774	16	Tabellenverzeichnis	925
9	Anforderungen der Zielkunden	591	11.3.1.14	Stadtwerke München (SWM)	778			
9.1	Industriekunden	591	11.3.1.15	Vattenfall Europe	784			
9.1.1	Wirtschaftliche Situation	591	11.3.2	Spezialisierte Energiedienstleister	787			
9.1.2	Struktur der Zielgruppe	594	11.3.2.1	Cofely	787			
9.1.3	Anforderungen und Bedürfnisse Kommunen und öffentliche Einrichtungen	608	11.3.2.2	Dalkia	790			
9.2	Wirtschaftliche Situation	608	11.3.2.3	GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik	793			
9.2.1	Wirtschaftliche Situation	608	11.3.2.4	Getec	795			
9.2.2	Struktur der Zielgruppe	619	11.3.2.5	Imtech Contracting	798			
9.2.3	Anforderungen und Bedürfnisse Krankenhäuser	627	11.3.2.6	Infraserv	801			
9.3	Wirtschaftliche Situation	638	11.3.2.7	Proenergy	804			
9.3.1	Wirtschaftliche Situation	638	11.3.2.8	Techem	808			
9.3.2	Struktur der Zielgruppe	639	11.3.2.9	Viessmann	811			
9.3.3	Anforderungen und Bedürfnisse Facilities	640	12	Trends, Chancen und Risiken bei EDL	815			
9.4	Facilities	644	12.1	Trends	815			
9.4.1	Wirtschaftliche Situation	644	12.1.1	Kundentrends	815			
9.4.2	Struktur der Zielgruppe	645	12.1.1.1	Industrie	816			
9.4.3	Anforderungen und Bedürfnisse Wohnungs- und Immobiliengesellschaften	645	12.1.1.2	Kommunen und öffentliche Einrichtungen	820			
9.5	Wirtschaftliche Situation	649	12.1.1.3	Krankenhäuser	824			
9.5.1	Wirtschaftliche Situation	649						
9.5.2	Struktur der Zielgruppe	649						
9.5.3	Anforderungen und Bedürfnisse	652						
9.6	Zusammenfassung und Fazit	663						

Die Studie umfasst 928 Seiten. Aufgrund von Aktualisierungen können sich die Inhalte 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. 13-0606-4)

»Energiedienstleistungen bis 2020 (4. Auflage)«

- als Printversion zum Preis von EUR 5.200,00
und zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)
- als PDF-Version
- mit einer Single-User-Lizenz zum Preis von EUR 5.200,00
- mit einer Multi-User-Lizenz zum Preis von EUR 10.400,00
- mit einer Corporate-Lizenz zum Preis von EUR 20.800,00

personalisiert auf* _____

- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s. u.).
Gegebenfalls erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitten senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2012** zu.
- Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

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 für und 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 »Energiedienstleistungen bis 2020 (4. Auflage)« kostet je nach Wahl als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 5.200,00. Zusätzliche Printkopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,00 zur Verfügung.

Die **Single-User-Lizenz** (personalisierte, passwortgeschützte CD-Rom mit geschütztem PDF) kostet EUR 5.200,00.

Das **Multi-User-Paket** (bis zu 10 personalisierte, passwortgeschützte CD-Roms mit geschütztem PDF) kostet EUR 10.400,00.

Die **Corporate License** (CD-Rom mit freigegebenem PDF) kostet EUR 20.800,00.

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.:

- Einspar-Contracting in Deutschland (2. Auflage, aktualisiert und erweitert)**
geplant, ca. 700 Seiten, EUR 4.500,00
- Der Markt für Kleinanlagen-Contracting (2. Auflage)**
November 2011, 730 Seiten, EUR 4.500,00
- Kennzahlen in Messstellenbetrieb und Abrechnung (Energielieferung und Netznutzung) (2. Auflage)**
Mai 2011, 1.335 Seiten, EUR 4.900,00
- Contracting und weitere Energiedienstleistungen in Österreich bis 2020 (2., überarbeitete und erweiterte Auflage)**
Januar 2011, 1.448 Seiten, EUR 5.900,00
- Der Markt für Ökostrom und Ökogas bis 2015 (4. Auflage)**
November 2010, 787 Seiten, EUR 4.400,00
- CRM bei Energieversorgern (3. Auflage): Erfolg durch optimierte Kundenbeziehungen**
August 2010, 785 Seiten, EUR 4.700,00
- No Frills: Billigtarife in der Energiewirtschaft (2. Auflage)**
Mai 2010, 971 Seiten, EUR 4.400,00
- Contracting bis 2018**
März 2009, 1.269 Seiten, EUR 5.900,00

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

© trend:research, 2012