



Contracting für die Industrie in Deutschland (2. Auflage)

Innovative Produkte und Leistungen, Marktpotenziale und Wettbewerb bis 2025

- Vertragsgestaltung unter energiewirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen
- Ausnutzung steuerlicher Vorteile und Förderungen
- Analyse und Bewertung relevanter Contracting-Modelle und Vertragsoptionen aus Perspektive von Anbietern und Industrie
- Zukunftsmodelle und innovative Energiedienstleistungsstrukturen und -teilnehmer
- Marktvolumen, -entwicklung und -potenziale nach Industriezweigen bis 2025
- Handlungsoptionen durch energetische Sanierung und Erneuerbare Energien
- Wettbewerbsstruktur im Contracting-Markt und Unternehmensprofile der führenden Contractoren

Die Erfolgchancen für Contracting in der Industrie sind durch die Aufhebung der bisher geltenden Befreiung von der EEG-Umlage für die Eigenversorgung in der EEG-Novelle 2014 deutlich gestiegen. Zudem werden, sowohl aus Klimaschutzgründen als auch im Eigeninteresse der Unternehmen hinsichtlich ihrer Wettbewerbsfähigkeit, zunehmend Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz erforderlich. Allerdings besteht nur eine geringe Investitionsbereitschaft in die hierzu benötigte Anlagentechnik, weshalb Contracting eine attraktive Alternative zur Eigenversorgung darstellt. Contractoren bieten sich somit eine gute Ausgangslage, um Produkte und Leistungen zu vermarkten, die gezielt zu Energie- und Kosteneinsparungen auf Kundenseite führen.

Die größten Erfolgsaussichten liegen in der Bereitstellung flexibler Contracting-Modelle, gegebenenfalls in Verbindung mit ergänzenden Energiedienstleistungen, die optimal auf die speziellen Anforderungen heterogener Industriebetriebe ausgerichtet sind. Dies umfasst, neben der technischen Umsetzung im Rahmen des Contracting-Vertrags, beispielsweise Energiemanagement, Audits, Energieberatungen oder Systemprüfungen. Auf vertraglicher Seite gilt es dabei, sowohl die aktuellen rechtlichen Vorgaben umzusetzen als auch die verfügbaren Steuerentlastungen und Förderungen optimal zu integrieren. So richtet sich beispielsweise das Marktanzreizprogramm zur staatlichen Förderung für erneuerbare Wärme gezielt an Contracting-Projekte.

Neben dem klassischen Energieliefer-Contracting weisen auch neue Geschäftsmodelle großes Potenzial auf, um sich als attraktiver Partner in der Industrie zu positionieren. So bietet beispielsweise Umwelt-Contracting bei steigenden Umweltschutzaufgaben und möglichen Kostenoptimierungen interessante Handlungsoptionen für Industrie und Contracting-Anbieter. Gleiches gilt für das Thema „Smart Energy“. Zu nennen sind hier u.a. Demand Site Management, intelligente Energiesteuerung sowie das Zukunftsprojekt „Industrie 4.0“, die bisher nur in geringem Ausmaß in Contracting-Projekten Anwendung finden. Dies birgt großes Entwicklungspotenzial für Contractoren, die hier ihre Know-how-Vorteile im energiewirtschaftlichen Bereich optimal zur Kundenbindung bzw. -gewinnung einsetzen können.

Eine Herausforderung bildet dabei der auf Nachfragerseite bestehende Trend zu immer kürzeren Vertragslaufzeiten. Contractoren sind dementsprechend gefordert Vertragsbedingungen zu schaffen, welche es ermöglichen zeitnah im Interesse des Kunden auf Veränderungen des Marktes reagieren zu können.

Die trend:research-Potenzialstudie analysiert die aktuellen Entwicklungen in diesem Markt und bietet fundierte Informationen für die einzelnen Akteure. Die Studie gibt u. a. Antworten auf folgende Fragestellungen:

- Wie entwickeln sich die rechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland? Welche Anforderungen, Chancen und Risiken werden sich hieraus zukünftig für das Contracting ergeben? Im Detail gestaltet?
- Welche Contracting-Modelle liefern in den einzelnen Industriezweigen die größten Wachstumspotenziale? Worin bestehen die Vor- und Nachteile? Wie werden die geplanten Energieeffizienz-Netzwerke gestaltet?
- Welche Anforderungen stellen die verschiedenen Branchen an Contractoren und welche ergänzenden Energiedienstleistungen werden gefordert?
- Wo liegen die Herausforderungen bei der Umsetzung von Contracting-Projekten?
- Welche Wachstumsraten sind im industriellen Contracting-Markt in den nächsten Jahren zu erwarten? Welchen Einfluss üben dabei Energieeffizienz und Erneuerbare Energien aus?
- Welche Marketing- und Vertriebsinstrumente haben den größten Erfolg in der Kundengewinnung/-bindung und wie können sich Anbieter von Contracting (neu) positionieren? Gibt es neue Produkte und Dienstleistungen, die zur Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen in das Portfolio aufgenommen werden können?
- Wie wird sich der Wettbewerb entwickeln und wer sind die wesentlichen Marktakteure?

Bei Bestellung bis zum 15.03.2015 gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Einladung zum Startworkshop (Termin noch zu vereinbaren). Nähere Informationen auf der Rückseite.

www.trendresearch.de

Ziel und Nutzen der Studie

Ausgehend von den aktuellen gesetzlichen Rahmenbedingungen, politischen Zielsetzungen sowie des Status quo des Marktes werden in dieser Studie die Entwicklungen und Potenziale des Contractings in der deutschen Industrie analysiert. Im Rahmen der Studie erfolgt eine Darstellung von Marktvolumen, Anforderungen, Wettbewerbsstrukturen und Marktakteuren, inkl. ihrer jeweiligen Vertragsbeziehungen sowie der relevanten Förderinstrumente und Technologien. In diesem Zusammenhang werden zudem Optionen für die Gestaltung von Vertrieb und Marketing für Contracting-Anbieter aufgezeigt und Anwendungsbeispiele von Contracting in der Industrie näher betrachtet.

Die Studie untersucht die Wachstumspotenziale, mögliche Hindernisse und Erfolgsfaktoren und hilft Contractoren und Energiedienstleistern flexible Vertragsmodelle sowie innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und sich auf die zukünftigen Anforderungen des Marktes auszurichten.

Die Erkenntnisse dieser Studie stützen sich auf eine umfangreiche Befragung sowie einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen im Markt für Contracting-Leistungen in der Industrie. Auf dieser Basis werden Handlungsoptionen aufgezeigt, die zur Unterstützung strategischer und operativer Entscheidungen herangezogen werden können.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichten usw.) fließen in die Potenzialstudie ca. 100 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Industrie, z. B.:
 - Chemie- und Pharmaindustrie
 - Metall- und Stahlindustrie
 - Glas-, Keramikindustrie und Verarbeitung von Steinen und Erden
 - Papier- und Druckindustrie
 - Kunststoff- und Gummiindustrie
 - Lebensmittel- und Getränkeindustrie
 - Fahrzeug- und Maschinenbau
- Energieversorgungsunternehmen
- Contracting-Anbieter
- Weitere Experten (Energieagenturen, Verbände, etc.)

Die Auswertung der Ergebnisse aus Field- und Desk-Research führt zu abgesicherten Aussagen über Märkte, Trends, Wettbewerb und Handlungsoptionen im Rahmen von Contracting in der Industrie. Mit Hilfe der multivariaten Trend-Impact-Analyse™ werden Daten und Informationen quantifiziert und in einer wissenschaftlichen Datenbank konzentriert. Daraus werden u. a. Szenarien gebildet und entsprechende Prognosen generiert.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Contractoren, Energieversorgern, Energiedienstleistern dabei zukünftige Contracting-Potenziale in den einzelnen Industriezweigen einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigene Strategie vor diesem Hintergrund auszurichten.

Der Nutzen ergibt sich z. B. für Vorstände, Geschäftsführungen, Marketing, Vertrieb, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Leiter Contracting, Energiedienstleistungen und kunden-nahe Anlagen etc.

Contracting/dezentrale Energie
Trendstudie

Contracting für die Industrie in Deutschland (2. Auflage)

Geplanter Inhalt der Studie

- 1. Summaries**
 - 1.1. Executive Summary
 - 1.2. Management Summary
- 2. Allgemeine Grundlagen**
 - 2.1. Einleitung
 - 2.2. Aufbau und Inhalt der Studie
 - 2.3. Ziele und Nutzen
 - 2.4. Methodik und Studiendesign
 - 2.5. Begriffsdefinitionen
- 3. Rahmenbedingungen**
 - 3.1. Rechtliche Rahmenbedingungen
 - 3.1.1. EU-Richtlinien und Vorgaben
 - 3.1.1.1. Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen
 - 3.1.1.2. Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden
 - 3.1.1.3. Richtlinie zur Förderung der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen
 - 3.1.1.4. Richtlinie zur Kraft-Wärme-Kopplung
 - 3.1.1.5. Weitere
 - 3.1.2. Bundesrechtliche Rahmenbedingungen
 - 3.1.2.1. Übersicht: Energiekonzept der Bundesregierung
 - 3.1.2.2. Energieeinsparverordnung (EnEV)
 - 3.1.2.3. Energiesteuergesetz (EnergieStG)/ Stromsteuergesetz (StromG)/ Gesetz zur Fortentwicklung der ökologischen Steuerreform (Ökosteuern)
 - 3.1.2.4. Energiedienstleistungsgesetz (EDL)
 - 3.1.2.5. Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)
 - 3.1.2.6. Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)
 - 3.1.2.6.1. Direktvermarktung
 - 3.1.2.6.2. EEG-Novelle 2014
 - 3.1.2.7. Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG)
 - 3.1.2.8. Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKG)
 - 3.1.2.9. Miet-/Pachtvertragsrecht
 - 3.1.2.10. Eigentumsrecht
 - 3.1.2.11. Weitere
 - 3.2. Energiewirtschaftliche Strukturen
 - 3.2.1. Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger
 - 3.2.2. Anforderungen an die Strom- und Wärmeversorgung: Markt vs. Politik
 - 3.2.3. Weitere
 - 4. Status quo: Zielkundengruppen und Anforderungen an Contracting**
 - 4.1. Marktstruktur und Anwenderanforderungen nach Industriezweigen
 - 4.1.1. Chemie- und Pharmaindustrie
 - 4.1.1.1. Marktsituation
 - 4.1.1.2. Technologieeinsatz und Betriebsstoffe
 - 4.1.1.3. Status quo der Contracting-Nutzung
 - 4.1.1.4. Spezifische Anforderungen an das Contracting
 - 4.1.1.5. Gründe für die Nutzung oder Nicht-Nutzung von Contracting
 - 4.1.2. Fahrzeug- und Maschinenbau (siehe 4.1.1)
 - 4.1.3. Glas-, Keramikindustrie, Verarbeitung von Steinen und Erden (siehe 4.1.1)
 - 4.1.4. Kunststoff- und Gummiindustrie (siehe 4.1.1)
 - 4.1.5. Lebensmittel- und Getränkeindustrie (siehe 4.1.1)
 - 4.1.6. Metall- und Stahlindustrie (siehe 4.1.1)
 - 4.1.7. Papier- und Druckindustrie (siehe 4.1.1)
 - 4.2. Vorteile und Nachteile sowie weitere Anforderungen aus Anwendersicht
 - 4.2.1. Vorteile von Contracting
 - 4.2.2. Nachteile von Contracting
 - 4.2.3. Präferenzen bzgl. der Anbieter
 - 4.2.4. Nutzung Erneuerbarer Energien im Rahmen des Contractings
 - 4.2.5. Bedeutung innovativer Produkte und Leistungen (z. B. Smart Energy)
 - 5. Betreiber-Modelle in der Industrie im Vergleich**
 - 5.1. Contracting
 - 5.1.1. Einspar-Contracting
 - 5.1.2. Energieliefer-Contracting
 - 5.1.3. Finanzierungs-Contracting
 - 5.1.4. Technisches Anlagenmanagement
 - 5.1.5. Umwelt-Contracting
 - 5.1.6. Weitere
 - 5.2. Betreiber-Modelle neben dem Contracting
 - 5.2.1. Eigenerzeugung
 - 5.2.2. Übertragung auf eigenständige Betriebsgesellschaft
 - 5.2.3. Übertragung auf Beteiligungsgesellschaft
 - 5.2.4. Partnerschaftliche Kooperation
 - 5.2.5. Weitere
 - 5.3. Gegenüberstellung der verschiedenen Modelle
 - 5.3.1. Vor- und Nachteile
 - 5.3.2. Rechtliche Hemmnisse
 - 5.3.3. Bewertung und Relevanz für die Industrie
 - 5.3.4. Befragungsergebnisse
 - 6. Vertragsgestaltung und Förderprogramme**
 - 6.1. Vertragsgestaltung
 - 6.1.1. Vertragsgegenstand und Vertragsgrundlagen
 - 6.1.2. Projektkoordination und Vertretungsbefugnisse
 - 6.1.3. Leistungen des Contractors
 - 6.1.4. Berechnungsgrundlage von Energieeinsparungen
 - 6.1.5. Garantierungen und Haftung
 - 6.1.6. Vergütung des Contractors
 - 6.1.7. Mitwirkungspflichten des Contracting-Nehmers
 - 6.1.8. Veräußerung der Gebäude/Anlagen, Rechtsnachfolge, Stilllegung von Gebäuden/Anlagen
 - 6.1.9. Eigentumsregelungen vor und nach Vertragsende
 - 6.1.10. Kündigung und Vertragsbeendigung, Gerichtsstand
 - 6.1.11. Weitere
 - 6.2. Praxiserfahrungen von Anbietern und Contracting-Nehmern
 - 6.3. Fördermöglichkeiten für Contracting-Projekte
 - 6.3.1. Marktanzreizprogramm (MAP) zur staatlichen Förderung für erneuerbare Wärme
 - 6.3.2. BAFA-Förderprogramm für Beratungen zum Energiespar-Contracting
 - 6.3.3. KfW-Programm für Erneuerbare Energien
 - 6.3.4. Weitere
 - 7. Anwendungsbeispiele und Fallstudien**
 - 7.1. Anwendungsbeispiele
 - 7.1.1. Einspar-Contracting

- 7.1.2. Energieliefer-Contracting
- 7.1.3. Finanzierungs-Contracting
- 7.1.4. Technisches Anlagenmanagement
- 7.1.5. Umwelt-Contracting
- 7.2. Fallstudien aus der Industrie
- 8. Einsatzmöglichkeiten und Nutzung von Contracting nach ausgewählten Technologien**
- 8.1. Brennwerttechnik
- 8.2. Niedertemperaturtechnik
- 8.3. Technologien zur Nutzung Erneuerbarer Energien
 - 8.3.1. Bioenergieanlagen
 - 8.3.2. Solarthermie/Photovoltaik
 - 8.3.3. Wärmepumpen
 - 8.3.4. Weitere
- 8.4. Konventionelle, Neue und KWK-Technologien
 - 8.4.1. Blockheizkraftwerke
 - 8.4.2. Gasturbinenanlagen mit Wärmerückgewinnung
 - 8.4.3. Stirlingmotor
 - 8.4.4. Brennstoffzellenanlagen
 - 8.4.5. ORC-Prozess
 - 8.4.6. Weitere
- 8.5. Dampfanlagen
- 8.6. Kälteanlagen
- 8.7. Druckluftanlagen
- 8.8. Weitere
- 9. Handlungsfeld Vertrieb**
- 9.1. Vertriebsorganisation
 - 9.1.1. Aufbauorganisation
 - 9.1.2. Ablauforganisation
- 9.2. Vertriebswege
- 9.3. Vertriebsprozesse
 - 9.3.1. Potenzialanalyse
 - 9.3.2. Identifikation von (potenziellen) Kunden
 - 9.3.3. Erstkundenkontakt
 - 9.3.4. Bedarfsermittlung/Vorfeldanalyse
 - 9.3.5. Angebotsphase
 - 9.3.6. Erbringung der vereinbarten Contracting-Leistung
- 9.4. Kombination mit ergänzenden Produkten und Dienstleistungen
 - 9.4.1. Smart Energy (Demand Site Management, intelligente Energiesteuerung)
 - 9.4.2. Bereitstellung von Regelenergie
 - 9.4.3. Energieberatung
 - 9.4.4. Energiemanagement/ Energieaudits
 - 9.4.5. Systemprüfungen
 - 9.4.6. Ingenieurdienstleistungen
 - 9.4.7. CO₂-Management
 - 9.4.8. Workshops, Schulungen
 - 9.4.9. Weitere
- 9.5. Problemanalyse Contracting-Vertrieb
 - 9.5.1. ...nach Anbieterart
 - 9.5.2. ...nach Zielkundengruppe
 - 9.5.3. ...nach Wertschöpfungsstufe
 - 9.5.4. ...nach Betriebsstoff
- 9.6. Bewertung- und Lösungsansätze
- 10. Handlungsfeld Marketing**
- 10.1. Marketing-Mix (Status quo und Entwicklung)
 - 10.1.1. Produktpolitik
 - 10.1.2. Preispolitik
 - 10.1.3. Distributionspolitik
 - 10.1.4. Kommunikationspolitik
 - 10.1.4.1. Öffentlichkeitsarbeit
 - 10.1.4.2. Werbung
- 10.1.4.3. Mitgliedschaft in Verbänden
- 10.1.4.4. Markenbildung
- 10.2. Zielgruppenspezifisches Marketing für die Industrie
 - 10.3. Leistungs- und Produktgestaltung
 - 10.3.1. Leistungsbestandteile
 - 10.3.2. Einstiegspakete
 - 10.3.3. „Rundum-Sorglos-Paket“
 - 10.3.4. Individualisierung von Contracting-Paketen
 - 10.3.5. Weitere
- 10.4. Bewertung und Lösungsansätze
- 11. Marktentwicklung bis 2025**
- 11.1. Einleitung und Methodik
 - 11.1.1. Grundlagen
 - 11.1.2. Erläuterung der Szenario-Analyse
 - 11.1.3. Erläuterung der Prämissendarstellung
 - 11.2. Marktspezifische Prämissen
 - 11.2.1. Basisprämissen
 - 11.2.1.1. Konjunkturerwartung (allgemein, nach Industriezweigen)
 - 11.2.1.2. Energieverbrauch (nach Energieträgern)
 - 11.2.2. Szenariospezifische Prämissen
 - 11.2.3. Marttreiber und Markthemmnisse (Befragungsergebnisse)
 - 11.2.2.1. Rechtliche Rahmenbedingungen
 - 11.2.2.1.1. Eigennutzung
 - 11.2.2.1.2. Miet(vertrags)- und Eigentumsrecht
 - 11.2.2.1.3. Förderung von KWK
 - 11.2.2.1.4. Förderung Erneuerbarer Energien
 - 11.2.2.1.5. Weitere
 - 11.2.2.2. Entwicklung der Energiepreise für fossile Energieträger
 - 11.2.2.3. Strompreisentwicklung
 - 11.2.2.4. Entwicklung Erneuerbarer Energien
 - 11.2.2.5. Technologische Entwicklungen
 - 11.2.2.6. Wettbewerbsentwicklung im Contracting-Markt
 - 11.3. Der Markt für Contracting in der Industrie bis 2025 (Anzahl Projekte, Marktvolumen der Projekte und der Energielieferung)
 - 11.3.1. ...nach Contracting-Modell
 - 11.3.1.1. Einspar-Contracting
 - 11.3.1.2. Energieliefer-Contracting
 - 11.3.1.3. Finanzierungs-Contracting
 - 11.3.1.4. Technisches Anlagenmanagement
 - 11.3.1.5. Umwelt-Contracting
 - 11.3.1.6. Weitere
 - 11.3.2. ...nach Industriezweig
 - 11.3.2.1. Chemie- und Pharmaindustrie
 - 11.3.2.2. Fahrzeug- und Maschinenbau
 - 11.3.2.3. Glas-, Keramikindustrie, Verarbeitung von Steinen und Erden
 - 11.3.2.4. Kunststoff- und Gummiindustrie
 - 11.3.2.5. Lebensmittel- und Getränkeindustrie
 - 11.3.2.6. Metall- und Stahlindustrie
 - 11.3.2.7. Papier- und Druckindustrie
 - 11.3.3. ...nach Medien (z. B. Strom, Wärme, Kälte, Dampf, Druckluft)
- 11.4. Zusammenfassung
- 12. Wettbewerb und Contracting-Anbieter**
- 12.1. Wettbewerb im Contracting
 - 12.1.1. Wettbewerber und Marktanteile
 - 12.1.2. Wettbewerbssituation im Gesamtmarkt
 - 12.1.3. Wettbewerbssituation nach Industriezweigen
 - 12.1.4. Bekanntheit und Image von Contracting-Anbietern
- 12.1.5. Erfolgsfaktoren und Alleinstellungsmerkmale
- 12.1.6. Eintrittsbarrieren im Wettbewerb
- 12.1.7. Wettbewerbsintensität
- 12.2. Unternehmensprofile ausgewählter Marktteilnehmer
 - 12.2.1. Energieversorger (Tochterunternehmen)
 - 12.2.1.1. E.ON energy Projects GmbH
 - 12.2.1.2. EnBW Energy Solutions GmbH
 - 12.2.1.3. enercity Contracting GmbH
 - 12.2.1.4. ERN – Energiedienstleistungen Rhein-Neckar GmbH
 - 12.2.1.5. EWE Energie AG
 - 12.2.1.6. GASAG Contracting GmbH
 - 12.2.1.7. Gelsenwasser AG
 - 12.2.1.8. Mark-E AG
 - 12.2.1.9. MVV Enamic GmbH
 - 12.2.1.10. RheinEnergie AG
 - 12.2.1.11. RWE Energiedienstleistungen GmbH
 - 12.2.1.12. Stadtwerke Aachen AG
 - 12.2.1.13. Stadtwerke Bielefeld GmbH
 - 12.2.1.14. Stadtwerke Düsseldorf AG
 - 12.2.1.15. Stadtwerke Leipzig GmbH
 - 12.2.1.16. Stadtwerke München GmbH
 - 12.2.1.17. swb Services GmbH & Co. KG i
 - 12.2.1.18. Weitere
 - 12.2.2. Unabhängige Contractoren
 - 12.2.2.1. Cofely Deutschland GmbH
 - 12.2.2.2. GETEC heat & power AG
 - 12.2.2.3. Imtech Contracting GmbH
 - 12.2.2.4. Johnson Controls Systems & Service GmbH
 - 12.2.2.5. OVE Energie GmbH & Co. KG
 - 12.2.2.6. Siemens AG Building Technologies Division
 - 12.2.2.7. SPIE Energy Solutions GmbH
 - 12.2.2.8. Steinbeis Energie GmbH
 - 12.2.2.9. Techem Energy Contracting GmbH
 - 12.2.2.10. URBANA Energietechnik AG & Co. KG
 - 12.2.2.11. Weitere
- 13. Trends, Chancen und Risiken**
- 13.1. Trends
 - 13.1.1. Kundentrends
 - 13.1.2. Wettbewerbstrends
 - 13.1.3. Produkt- und Dienstleistungstrends
 - 13.1.4. Strategietrends
 - 13.1.5. Technologietrends
- 13.2. Chancen und Risiken
 - 13.2.1. ... für Energieversorger
 - 13.2.2. ... für unabhängige Contractoren
 - 13.2.3. ... für Industriebetriebe
- 14. Strategien**
- 14.1. Strategiedefinition
- 14.2. Strategieoptionen für die unterschiedlicher Marktteilnehmer
 - 14.2.1. Energieversorger
 - 14.2.2. Unabhängige Contractoren
 - 14.2.3. Industriebetriebe
- 14.3. Weitere Strategieoptionen im Contracting
- 15. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis**

Die Studie wird ca. 400 Seiten umfassen. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern. Inhaltliche Vorschläge können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes aufgenommen werden.

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 Trendstudie (Nr. 18-1007-2)
»Contracting für die Industrie in Deutschland (2. Auflage)«
zum Preis von EUR 4.900,00

und _____ zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)

personalisiert auf* _____

- Wir bestellen vor dem **15.03.2015** und erhalten 10%
Subskriptionsrabatt.
- Als Besteller der Studie sind wir an der Teilnahme an einem Kick-Off-
Workshop (siehe rechts) interessiert. (Bitte beachten Sie, dass nur
Anmeldungen vor Ablauf des Subskriptionsrabatts berücksichtigt
werden können)..... [Für Studienbesteller kostenfrei]
- Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studiener-
gebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnisworkshops
(siehe rechts) interessiert..... [Preis auf Anfrage]
- Bitte senden Sie uns das **Studienverzeichnis 2015** 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.

Kick-Off-Workshop

Im telefonischen Kick-Off-Workshop werden Methodik und Ziele der Studie vorgestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit dem teilnehmenden Unternehmen diskutiert.

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 Trendstudie »Contracting für die Industrie in Deutschland (2. Auflage)« kostet (persönliches Exemplar) EUR 4.900,00. 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 Bestellung bis zum **15.03.2015** gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s. u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab **Juni 2015** verfügbar.

Weitere Studien

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

- Energiedienstleistungen bis 2023 (5. Auflage)**
Mai 2014, 734 Seiten, EUR 4.400,00
- 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
- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2020 (3. überarbeitete und erweiterte Auflage)**
Mai 2013, 926 Seiten, EUR 6.900,00
- Industrielle Eigenerzeugung in Deutschland bis 2020**
Geplant, ca. 600 Seiten, EUR 4.900,00
- Neues Strommarktdesign**
Geplant, ca. 600 Seiten, EUR 6.600,00

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

© trend:research, 2015