



Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2025

Potenziale, Marktvolumen, Erfolgsfaktoren und Trends
(4. überarbeitete und erweiterte Auflage)

Die aktuell erstellte Studie umfasst **467 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

- Aktuelle rechtliche Rahmenbedingungen
- Neue Geschäftsfelder und Vertragsmodelle
- Contracting-Marktvolumen, -entwicklung und -potenziale bis 2025
- Wettbewerbsanalyse und -entwicklung
- Unternehmensprofile der führenden Contractoren
- Trends, Chancen und Risiken
- Handlungsempfehlungen und Strategieoptionen

Der Contracting-Markt wird in den kommenden Jahren wesentlich von den rechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland bestimmt. Insbesondere die Gestaltung von Abgaben und Steuern wird entscheidend für die Wirtschaftlichkeit der Projekte sein. Gleichzeitig bietet der Markt – durch die Möglichkeit des Angebots von ergänzenden Energiedienstleistungen und weiteren Produkten – gute Chancen für Energieversorger, um die Erträge im Gewerbe- und Industriekundenmarkt zu steigern und Kunden langfristig an das eigene Unternehmen zu binden.

Die dynamischen Veränderungen im Energiemarkt (z.B. Digitalisierung, Ausbau und Integration dezentraler, erneuerbarer Erzeugungsanlagen) bieten zudem ein attraktives Marktumfeld für neue Geschäftsmodelle. Zusätzlichen Auftrieb bekommt der Contracting-Markt durch die steigende Bedeutung der Energieeffizienz, die bei vielen Kundengruppen eine hohe Bedeutung besitzt.

Neue Contracting-Märkte ergeben sich insbesondere in Kombination mit Erneuerbaren Energien, beispielsweise durch Stromlieferangebote in Kombination mit Photovoltaikanlagen inklusive der eigenen Nutzung des Stroms. Hier bieten auch Mieterstrommodelle die Möglichkeit – in Kooperation mit Immobiliengesellschaften – im Markt aktiv zu werden. Trotzdem dominiert bei den angebotenen Contracting-Formen weiterhin das klassische Energieliefer-Contracting wie die Abbildung zeigt.

Die überarbeitete und erweiterte 4. Auflage der Studie „Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2025“ analysiert den Status quo und die Entwicklung des Contracting-Marktes auf der Basis der aktuellen Rahmenbedingungen und gibt einen Ausblick auf die Markt- und Wettbewerbsentwicklung bis 2025.

In der vorliegenden Studie stehen die folgenden Fragestellungen im Fokus:

- Wie wirken die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen auf die Entwicklung des Contracting-Marktes?
- Welche Zielkundengruppen versprechen die höchsten Absatz- und Ertragspotenziale?
- Welche neuen Geschäftsmodelle, Energiedienstleistungen und Contracting-Formen sind in den kommenden Jahren erfolgversprechend?
- In welchen Bereichen ergeben sich durch die Energiewende Wachstumsschancen für Contracting?
- Welche Hemmnisse behindern heute und zukünftig die Erschließung der Marktpotenziale?
- Wie können sich unabhängige Contractoren, Energieversorger und Stadtwerke positionieren?
- Wie sind die Wettbewerbsstrukturen in den wichtigsten Teilmärkten?

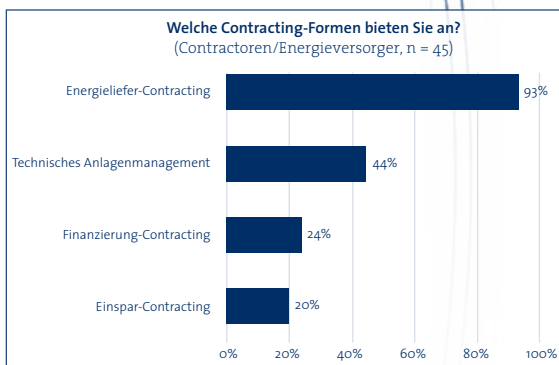


Abbildung: Angebotene Contracting-Formen der befragten Contractoren und Energieversorger

Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2025

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie liefert einen umfassenden Überblick über die Entwicklungen und Trends im Contracting-Markt in Deutschland. Dabei werden die aktuelle Markt- und Wettbewerbssituation sowie die zukünftigen Potenziale dargestellt.

Ausgehend vom Status quo des Marktes zeigt die Studie die zukünftigen Entwicklungen und analysiert, mit welchen Geschäftsmodellen sich Energieversorger im Wettbewerb behaupten können. Zusätzlich zur quantitativen Analyse des Contracting-Marktes wird über eine qualitative Darstellung (bspw. Wettbewerb, Handlungsoptionen im Marketing und Vertrieb, Chancen und Risiken) die Entwicklung abgebildet. Basierend auf diesen Daten und Einschätzungen bietet die Studie die Möglichkeit der Ableitung eigener Handlungs- und Strategioptionen.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen und Geschäftsberichten usw.) fließen für die Potenzialstudie 54 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Contractoren
- Energieversorger

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Daten führt zu abgesicherten Aussagen über Märkte, Trends, Wettbewerb und Handlungsoptionen im zukünftigen Energiemarkt.

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie richtet sich an Energieversorger, Contractoren sowie weitere Anbieter von Energiedienstleistungen. Zudem ist die Studie für weitere Akteure im Energiemarkt, wie Projektentwickler sowie Hersteller von Infrastruktur und Erzeugungsanlagen, interessant.

Der Nutzen ergibt sich für Vorstände, Geschäftsführung, Strategie-, Unternehmens- und Konzernplanung sowie Marketing und Vertrieb.

| | | | | | |
|------------|---|-----------|----------|---|------------|
| 1 | Summaries | 13 | | | |
| 1.1 | Executive Summary | 13 | | | |
| 1.2 | Management Summary | 57 | 3.2.1 | Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger | 123 |
| | | | 3.2.2 | Entwicklung im Kraftwerksmarkt | 128 |
| 2 | Allgemeine Grundlagen | 57 | 3.2.3 | Marktentwicklung Erneuerbarer Energien | 130 |
| 2.1 | Einleitung | 57 | 3.2.4 | Fernwärmemarkt | 134 |
| 2.1.1 | Aufbau der Studie | 58 | | | |
| 2.1.2 | Ziele und Nutzen | 60 | 4 | Status quo: Kundenstruktur und aktuelle Marktsituation | 138 |
| 2.1.3 | Methodik | 60 | 4.1 | Zielkundengruppen | 138 |
| 2.2 | Begriffsdefinitionen | 65 | 4.1.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen (z. B. Krankenhäusern, Pflegeeinrichtungen, Hotels) | 138 |
| 2.2.1 | Befragtersicht: Verständnis des Begriffs „Contracting“ | 66 | 4.1.1.1 | Kundenstruktur | 138 |
| 2.2.2 | Contracting | 67 | 4.1.1.2 | Marktsituation | 146 |
| 2.2.2.1 | Einspar-Contracting | 67 | 4.1.2 | Industrieunternehmen | 153 |
| 2.2.2.2 | Energieliefer-Contracting | 68 | 4.1.2.1 | Kundenstruktur | 154 |
| 2.2.2.3 | Finanzierungs-Contracting | 68 | 4.1.2.2 | Marktsituation | 157 |
| 2.2.2.4 | Technisches Anlagenmanagement | 68 | 4.1.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen | 161 |
| 2.2.3 | Energiedienstleistungen (EDL) | 69 | 4.1.3.1 | Kundenstruktur | 162 |
| 2.2.4 | Mieterstrom | 69 | 4.1.3.2 | Marktsituation | 165 |
| 2.2.5 | Eigenversorgung | 70 | 4.1.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | 170 |
| 2.2.6 | Energieeffizienz | 71 | 4.1.4.1 | Kundenstruktur | 171 |
| 2.2.7 | Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) | 72 | 4.1.4.2 | Marktsituation | 175 |
| 3 | Rahmenbedingungen | 74 | 4.2 | Nachfragerseitige Gründe für/ gegen Contracting (aus Anbietersicht) | 182 |
| 3.1 | Rechtliche Rahmenbedingungen | 74 | 4.2.1 | Nachfragerseitige Gründe für die Nutzung | 183 |
| 3.1.1 | Übersicht europäischer Richtlinien | 75 | 4.2.2 | Nachfragerseitige Gründe gegen die Nutzung | 185 |
| 3.1.1.1 | Energieeffizienzrichtlinie (EED) | 75 | | | |
| 3.1.1.2 | EU-Richtlinie zu Vorschriften für den Elektrizitätsbinnenmarkt (2009/72/EG) | 78 | 5 | Anwendungsbeispiele und Fallstudien | 189 |
| 3.1.1.3 | EU-Richtlinie zur Gesamtenergieeffizienz in Gebäuden | 80 | 5.1 | Übersicht | 189 |
| 3.1.1.4 | EU-Energieeffizienz-Richtlinie (Richtlinie 2012/27/EU) | 81 | 5.2 | Anwendungsbeispiele | 190 |
| 3.1.1.5 | Nutzung Erneuerbarer Energien | 82 | 5.2.1 | Energieliefer-Contracting | 190 |
| 3.1.1.6 | UN-Klimagipfel 22 | 83 | 5.2.2 | Einspar-Contracting | 193 |
| 3.1.1.7 | Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP) | 84 | 5.2.3 | Finanzierungs-Contracting | 194 |
| 3.1.1.8 | Winterpaket der EU | 85 | 5.2.4 | Technisches Anlagenmanagement | 195 |
| 3.1.2 | Übersicht nationaler Regelungen | 86 | 5.2.5 | Weitere Contracting-Formen | 196 |
| 3.1.2.1 | Grünbuch Energieeffizienz | 91 | 5.3 | Fallstudien im Bereich Contracting | 197 |
| 3.1.2.2 | Impulspapier „Strom 2030“ | 93 | 5.3.1 | Gewerbe, Handel und Dienstleistungen | 198 |
| 3.1.2.3 | Energieeinsparverordnung (EnEV) | 93 | 5.3.2 | Industrieunternehmen | 200 |
| 3.1.2.4 | Stromsteuergesetz (StromStG) | 95 | 5.3.3 | Kommunen/ öffentliche Einrichtungen | 202 |
| 3.1.2.5 | Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) | 96 | 5.3.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | 206 |
| 3.1.2.6 | Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) | 100 | 6 | Neue Geschäfts- und Vertragsmodelle | 212 |
| 3.1.2.7 | Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG) | 107 | 6.1 | Übersicht | 212 |
| 3.1.2.8 | Gebäudeenergiegesetz (geplant; GEG) | 108 | 6.2 | Contracting in Kombination mit weiteren Energiedienstleistungen | 214 |
| 3.1.2.9 | Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKG) | 110 | 6.3 | Mieterstrommodell | 217 |
| 3.1.2.10 | Mietrecht (bzgl. Energieversorgung) | 114 | 6.4 | Angebot unterschiedlicher Medien | 221 |
| 3.1.2.11 | Netznutzungsentgelte | 114 | 6.5 | Weitere Geschäftsmodelle | 223 |
| 3.1.2.11.1 | Netzzugangsverordnung (NZV) | 116 | 6.6 | Alternative Finanzierungsmodelle | 230 |
| 3.1.2.11.2 | Stromnetzzugangsverordnung (StromNZV) | 116 | | | |
| 3.1.2.11.3 | Gasnetzzugangsverordnung (GasNZV) | 118 | | | |
| 3.1.2.12 | Marktanzreizprogramm (MAP) | 121 | | | |
| 3.2 | Energiewirtschaftliche Strukturen | 123 | | | |

| | | | | | | | | |
|----------|--|------------|-----------|--|------------|-----------|---|------------|
| 6.7 | Chancen/Risiken - Vergleich der neuen Geschäftsmodelle | 231 | 9.2.3.3 | Förderung Kraft-Wärme-Kopplung | 311 | 12.2.3 | Strategieoptionen für weitere Anbieter | 400 |
| 7 | Handlungsfeld Vertrieb | 237 | 9.2.3.4 | Bedeutung der Energieeffizienz | 311 | 12.3 | Branchenspezifische Strategieoptionen | 402 |
| 7.1 | Problemanalyse | | 9.2.3.5 | Dezentrale Energieerzeugung | 312 | 12.3.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen | 402 |
| | Contracting-Vertrieb | 239 | 9.2.3.6 | Technologische Entwicklungen | 312 | 12.3.2 | Industrieunternehmen | 402 |
| 7.1.1 | ... nach Anbieterart | 239 | 9.2.3.7 | Klimaschutzziele | 313 | 12.3.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen | 403 |
| 7.1.2 | ... nach Zielkundengruppe | 240 | 9.2.3.8 | Wettbewerb im Contracting-Markt | 313 | 12.3.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | 403 |
| 7.1.3 | ... nach Wertschöpfungsstufe | 242 | 9.2.3.9 | Preisentwicklung Energieträger | 314 | 12.4 | Weitere strategische Ausrichtungen im Contracting | 404 |
| 7.1.4 | Vergleichbarkeit der Kosten | 243 | 9.2.3.10 | Zinsniveau | 314 | 12.4.1 | Aufbau und Ausbau des Dienstleistungsangebotes | 404 |
| 7.2 | Vertriebsorganisation | 244 | 9.3 | Markt und Marktentwicklung für Contracting bis 2025 | 315 | 12.4.2 | Full-Service-Angebot | 406 |
| 7.2.1 | Aufbauorganisation | 245 | 9.3.1 | Markttreiber und -hemmnisse | 315 | 12.4.3 | Partnerschaft/Kooperation | 409 |
| 7.2.2 | Ablauforganisation | 249 | 9.3.2 | Contracting-Markt 2015 | 317 | 13 | Anhang | 415 |
| 7.3 | Vertriebswege | 251 | 9.3.2.1 | Nach Contracting-Formen | 318 | 13.1 | Unternehmensprofile Energieversorger (Tochterunternehmen) | 415 |
| 7.4 | Vertriebsprozesse | 254 | 9.3.2.2 | Nach Zielkundengruppen | 319 | 13.1.1 | E.ON Connecting Energies GmbH | 415 |
| 7.5 | Kombination mit anderen Produkten und Dienstleistungen | 260 | 9.3.2.3 | Nach Medien | 322 | 13.1.2 | E.ON energy Projects GmbH | 417 |
| 7.5.1 | Energiedienstleistungen | 260 | 9.3.3 | Marktentwicklung bis 2025 | 323 | 13.1.3 | EnBW Sales & Solutions GmbH | 419 |
| 7.5.2 | Smart Metering | 261 | 9.3.3.1 | Nach Contracting-Formen | 327 | 13.1.4 | Enercity GmbH | 421 |
| 7.5.3 | Smart Home/Building | 261 | 9.3.3.2 | Nach Zielkundengruppen | 331 | 13.1.5 | ERN Energiedienstleistungen Rhein-Neckar GmbH | 423 |
| 7.5.4 | Elektromobilität | 263 | 9.3.3.3 | Nach Medien | 336 | 13.1.6 | EWE Vertrieb AG | 424 |
| 7.6 | Vertriebscontrolling | 264 | 9.4 | Zusammenfassung | 341 | 13.1.7 | GASAG Contracting GmbH | 425 |
| 7.7 | Bewertung der Contracting-Formen und Lösungsansätze | 265 | 10 | Wettbewerb und Anbieter | 343 | 13.1.8 | Gelsenwasser AG | 427 |
| 8 | Handlungsfeld Marketing | 270 | 10.1 | Wettbewerbssituation im Contracting | 343 | 13.1.9 | Lechwerke AG | 429 |
| 8.1 | Allgemeine Marketingmaßnahmen | 270 | 10.1.1 | Typen von Wettbewerbern | 343 | 13.1.10 | Mark-E Effizienz GmbH | 430 |
| 8.1.1 | Status quo und Entwicklung | 274 | 10.1.2 | Strukturdaten und Marktanteile | 345 | 13.1.11 | MVV Enamic GmbH | 432 |
| 8.1.2 | Öffentlichkeitsarbeit | 279 | 10.1.3 | Wettbewerbssituation im Gesamtmarkt | 347 | 13.1.12 | NGT Contracting GmbH | 433 |
| 8.1.3 | Werbung | 279 | 10.1.3.1 | Wettbewerbssituation in ausgewählten Zielkundengruppen | 351 | 13.1.13 | RheinEnergie AG | 433 |
| 8.1.4 | Mitgliedschaft in Verbänden | 280 | 10.1.3.2 | Entwicklung des Images von Contracting | 357 | 13.1.14 | RWE Energiedienstleistungen GmbH (Innogy) | 435 |
| 8.1.5 | Markenbildung | 280 | 10.1.3.3 | Alleinstellungsmerkmale | 358 | 13.1.15 | STAWAG Stadtwerke Aachen AG | 436 |
| 8.1.5.1 | Grundlagen | 280 | 10.2 | Kooperationen | 359 | 13.1.16 | Stadtwerke Bielefeld GmbH | 437 |
| 8.1.5.2 | Markenstrategien | 281 | 10.3 | Wettbewerbsintensität | 361 | 13.1.17 | Stadtwerke Düsseldorf AG | 438 |
| 8.1.5.3 | Markenpolitik im Contracting | 284 | 11 | Trends, Chancen und Risiken | 364 | 13.1.18 | Stadtwerke Leipzig GmbH | 440 |
| 8.1.5.4 | Beispiele | 285 | 11.1 | Trends | 364 | 13.1.19 | Stadtwerke München GmbH | 441 |
| 8.2 | Zielgruppenspezifisches Marketing | 286 | 11.1.1 | Kundentrends | 366 | 13.1.20 | STEAG New Energies GmbH | 442 |
| 8.2.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen | 287 | 11.1.2 | Wettbewerbstrends | 369 | 13.1.21 | swb Service GmbH & Co. KG | 444 |
| 8.2.2 | Industrieunternehmen | 287 | 11.1.3 | Produktrends | 370 | 13.2 | Unternehmensprofile unabhängige Contractoren | 446 |
| 8.2.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen | 288 | 11.1.4 | Technologietrends | 371 | 13.2.1 | Dalkia GmbH | 446 |
| 8.2.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | 288 | 11.2 | Chancen und Risiken | 372 | 13.2.2 | ENGIE Deutschland GmbH (ehemals Cofely) | 446 |
| 8.3 | Leistungs- und Produktgestaltung | 289 | 11.2.1 | Chancen und Risiken für Energieversorger | 375 | 13.2.3 | GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik GmbH | 448 |
| 8.4 | Bewertung und Lösungsansätze | 293 | 11.2.2 | Chancen und Risiken für unabhängige Contractoren | 377 | 13.2.4 | OVE Energie GmbH & Co. KG | 449 |
| 9 | Markt und Marktentwicklung für Contracting bis 2025 | 298 | 11.2.3 | Chancen und Risiken für Contracting-Kunden | 380 | 13.2.5 | Siemens AG Building Technologies Division | 450 |
| 9.1 | Einleitung: Erläuterungen zur Methodik | 298 | 11.2.3.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen | 382 | 13.2.6 | SPIE Energy Solutions GmbH | 452 |
| 9.1.1 | Zielsetzung | 298 | 11.2.3.2 | Industrieunternehmen | 383 | 13.2.7 | Techem Energy Contracting GmbH | 453 |
| 9.1.2 | Methodik | 299 | 11.2.3.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen | 384 | 13.2.8 | URBANA Energiedienste GmbH | 455 |
| 9.2 | Grundannahmen und Prämissen | 302 | 11.2.3.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | 385 | 13.3 | Abbildungsverzeichnis | 457 |
| 9.2.1 | Übersicht | 302 | 12 | Strategien | 388 | 13.4 | Tabellenverzeichnis | 466 |
| 9.2.2 | Annahmen für alle Szenarien (Basisprämissen) | 305 | 12.1 | Strategiedefinition | 388 | | | |
| 9.2.2.1 | Konjunktorentwicklung | 305 | 12.2 | Strategieoptionen unterschiedlicher Anbietertypen | 391 | | | |
| 9.2.2.2 | Strompreisentwicklung | 306 | 12.2.1 | Strategieoptionen für unabhängige Contractoren | 394 | | | |
| 9.2.3 | Szenariospezifische Prämissen | 307 | 12.2.2 | Strategieoptionen für Energieversorger | 396 | | | |
| 9.2.3.1 | Rechtliche Rahmenbedingungen | 307 | | | | | | |
| 9.2.3.2 | Förderung Erneuerbarer Energien | 310 | | | | | | |

Die Studie umfasst 467 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung der Inhalte können sich die Seitenzahlen noch leicht verändern.

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. 19-1041-3)
»Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2025«
zum Preis von EUR 4.900,00
und _____ zusätzliche Kopien..... (je EUR 400,00)

personalisiert auf* _____

Die aktuell erstellte Studie umfasst
467 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 2017** 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 »Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2025« kostet als Printversion (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 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.:

- Potenziale der Elektromobilität für die Energiewirtschaft (2. Auflage)**
September 2016, 612 Seiten, EUR 4.500,00
- Wärmemarkt Deutschland 2025 (Geplant)**
Geplant, ca. 400 Seiten, EUR 4.900,00
- Sektorkopplung**
Januar 2017, 495 Seiten, EUR 4.900,00
- Digitalisierung dezentraler Erzeugung**
Juli 2016, 494 Seiten, EUR 4.900,00
- Batteriespeicher**
April 2016, ca. 391 Seiten, EUR 3.900,00
- Der Markt für Photovoltaik in Deutschland bis 2025**
Februar 2016, ca. 543 Seiten, EUR 4.900,00
- Wunderwaffe Energieeffizienz?**
Mai 2015, 524 Seiten, EUR 4.500,00
- Blockchain**
Frühjahr 2017, ca. 300 Seiten, EUR 4.500,00
- Der Markt für Altholz in Deutschland bis 2030**
März 2017 (in Bearbeitung), ca. 400 Seiten, EUR 4.500,00

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

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

● Bremen
● Bremerhaven
● Köln