



Leerstandsmanagement

die Krise in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft als Geschäftsfeld?

- Status Quo und Entwicklung für Leerstände, Mietumsätze und Kaufpreinsniveaus in Deutschland bis 2015
- Neubau- und Sanierungsaktivitäten
- Nutzeranforderungen an unterschiedliche Immobilientypen

- Marktentwicklung und Wettbewerb im Leerstandsmanagement
- Strategie- u. Handlungsempfehlungen
- Trends, Chancen und Risiken
- Praxisbeispiele aus öffentlicher Hand und Privatwirtschaft

Zunehmend umfangreicher Leerstand bei verhaltener Nachfragesituation verursacht erhöhten Wettbewerbsdruck im Immobilienmarkt. Die entgangenen Mieteinnahmen im Jahr 2004 in den Zentren Berlin, München und Frankfurt lagen im dreistelligen Millionenbereich. Die Krise in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft erfordert aktive und nachhaltige Bewirtschaftungs- und Weiterentwicklungskonzepte von Immobilien. Eröffnet sie darüber hinaus auch neue Wirtschaftspotenziale im Leerstandsmanagement?

Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Leerstandsmanagement ist die Nutzerorientierung. Die Standort- und Gebäudeparameter sowie die Vermarktung und Akquise sind an den Anforderungen der potenziellen Nutzer auszurichten. Für ein erfolgreiches Leerstandsmanagement der gesamten Branche ist zusätzlich eine behördliche Koordination der Standortentwicklung und deren Belange notwendig.

Die Studie liefert anhand des Status Quos und der Entwicklung der Leerstands- und Mietumsatzzahlen sowie Verkaufspreise in der Gesamtbetrachtung Deutschland, im Städtevergleich und im Überblick über Europa wertvolle Auskünfte über die immobilienwirtschaftliche Qualität ausgewählter Standorte in Deutschland. Sie bietet weiterhin auf der Basis von umfangreichen Befragungen zu Nutzeranforderungen aus den einzelnen Branchen zu u. a. Mietpreis-, Standort- und Infrastruktur Entscheidungsgrundlagen zur nutzerorientierten Ausrichtung

der unterschiedlichen Immobilientypen. Neben den behördlichen Interessen zur Struktur- und Standortentwicklung sowie Privatisierung liefert die Studie für private Immobilieneigentümer, Makler und Investoren Strategie- und Handlungsempfehlungen zur erfolgreichen Revitalisierung, Sanierung, Um- und Zwischennutzung sowie zur wirtschaftlich angemessenen Neuvermietung und dem An- und Verkauf von Immobilien.

Die Studie beantwortet u. a. die folgenden Fragestellungen:

- Wo und bei welchen Immobilientypen sind in Deutschland die größten Leerstände zu verzeichnen?
- Wie sieht im Vergleich dazu das mittlere Mietumsatz- und Kaufpreinsniveau aus?
- Wie gestaltet sich die Entwicklung bis 2015 und wo liegen die Ursachen?
- Wie groß ist der Umfang der Neubau- und Sanierungsaktivitäten in Deutschland heute und in 2015?
- Welche Anforderungen haben die unterschiedlichen Nutzer an die einzelnen Immobilientypen?
- Welche Wettbewerbsprofile bestehen im Leerstandsmanagement?
- Welche Strategien und Handlungskonzepte zur Lösung der Leerstandsproblematik bestehen?
- Welche Trends, Chancen und Risiken ergeben sich im deutschen Immobilienmarkt?
- Welche Praxiserfahrungen im Leerstandsmanagement liegen vor?

Die Studie gibt Antworten auf diese und weitere Fragen im Umfeld der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft. Sie liefert neben theoretischen Grundlagen und praktischen Hinweisen gezielt Marktdaten in nachvollziehbare mit Prämissen dargestellten Szenarien. Sie zeigt Chancen und Risiken der Marktteilnehmer und gibt Strategie- und Handlungsempfehlungen.

Einladung zum Startworkshop am
14. Februar 2005. Anmeldung siehe
Rückseite. Weitere Präsentationen
im Fortgang der Studie.



value through information.

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie bietet zur Reduzierung von Wohnungs- und Immobilienleerständen wirtschaftlich angemessene Strategie- und Handlungsempfehlungen für die öffentliche Hand und Privatwirtschaft. Sie liefert u.a. anhand des Status Quos und der Entwicklung der Leerstände, Mietumsätze und Kaufpreisniveaus bis 2015 sowie der spezifischen Anforderungen der Nutzer an die Immobilie Entscheidungsgrundlagen für ein ergebnisorientiertes und nachhaltiges Leerstandsmanagement.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichten usw.) basiert die Strategiestudie maßgebend auf insgesamt ca. 170 strukturierten Interviews von Marktteilnehmern, Nutzern bis hin zu Verbänden und Branchenexperten.

Im Einzelnen werden folgende Zielgruppen befragt:

Befragtenkreis	Interviews
Wohnungs- und Immobiliengesellschaften	40
Wohnungs- und Immobilienmakler	40
Kommunen, Behörden	40
Standortbetreiber	20
Dienstleister	10
Architektur- und Ingenieurbüros	10
Verbände und Branchenexperten	10

Die Auswertung der Anforderungen, Planungen und Entwicklungen führen zu abgesicherten Aussagen über Markt, Chancen, Risiken, Wettbewerb sowie Strategien. Mit Hilfe einer multivariaten Trend-Impact-Analyse™ werden diese Daten und Informationen quantifiziert und in einer wissenschaftsbasierten Datenbank konzentriert. Daraus werden u.a. Szenarien gebildet und entsprechende Prognosen für den deutschen Wohnungs- und Immobilienmarkt generiert.

An wen sich die Studie richtet

Die Strategiestudie hilft der öffentlichen Hand, Wohnungs- und Immobiliengesellschaften und Maklern, Dienstleistern, Gebäudetechnik-Anbietern, Architektur- und Ingenieurbüros sowie Investoren, Spekulanten und privaten Eigentümern, die aktuelle und zukünftige Entwicklung im deutschen Wohnungs- und Immobilienmarkt einzuschätzen, um für den Einzelfall eigene Handlungskonzepte auf der Basis der Strategieempfehlungen und Praxisbeispiele der Studie entwickeln zu können.

Geplanter Inhalt der Studie

- 1 Management Summary**
- 2 Allgemeine Grundlagen**
 - 2.1 Einleitung
 - 2.2 Methodik
 - 2.3 Ziel und Nutzen der Studie
 - 2.4 Inhalt und Vorgehensweise
 - 2.5 Begriffsdefinitionen
 - 2.5.1 Wohnungswirtschaft und Immobilienwirtschaft
 - 2.5.2 Leerstandsmanagement
 - 2.5.3 Flächenmanagement
 - 2.5.4 Branchenmix
 - 2.5.5 »Rezessionsarchitektur«
 - 2.5.6 Marktfähigkeit von Leerständen
 - 2.5.7 Weitere Begriffe
 - 2.6 Rahmenbedingungen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
 - 2.6.1 Gesetzliche Rahmenbedingungen
 - 2.6.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 3 Immobilien u. Leerstand - Status Quo**
 - 3.1 Grundannahmen und Prämissen
 - 3.2 Gebäudebestand in Deutschland
 - 3.2.1 Wohnungswirtschaft
 - 3.2.2 Immobilienwirtschaft
 - 3.3 Marktfähige Leerstände in Deutschland
 - 3.3.1 Wohnungswirtschaft
 - 3.3.2 Immobilienwirtschaft
 - 3.4 Abriss von nicht marktfähigen Leerständen in Deutschland
 - 3.4.1 Wohnungswirtschaft
 - 3.4.2 Immobilienwirtschaft
 - 3.5 Leerstand, Mietumsatz und Kaufpreis in der Wohnungswirtschaft
 - 3.5.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 3.5.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 3.5.3 Überblick Europa
 - 3.6 Leerstand, Mietumsatz und Kaufpreis in der Immobilienwirtschaft
 - 3.6.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 3.6.1.1 Öffentliche Gebäude
 - 3.6.1.2 Büroimmobilien
 - 3.6.1.3 Gewerbeimmobilien
 - 3.6.1.4 Industrieimmobilien
 - 3.6.1.5 Vergleich der Immobilientypen
 - 3.6.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 3.6.3 Überblick Europa
 - 3.7 Neubau und Sanierungsaktivitäten in der Wohnungswirtschaft
 - 3.7.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 3.7.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 3.7.3 Überblick Europa
 - 3.8 Neubau und Sanierungsaktivitäten in der Immobilienwirtschaft
 - 3.8.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 3.8.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 3.8.3 Überblick Europa
- 4 Nutzeranforderungen an die Immobilie**
 - 4.1 Einleitung
 - 4.2 Nutzeranforderungen in der Wohnungswirtschaft
 - 4.2.1 Kaltmietpreis
 - 4.2.2 Energiekosten
 - 4.2.3 Infrastrukturelle Kosten
 - 4.2.4 Stadtlage und Standort
 - 4.2.5 Verkehrsanbindung
 - 4.2.6 Ver- und Entsorgung
 - 4.2.7 Gebäudeflächenbedarf
 - 4.2.8 Raumstruktur des Gebäudes
 - 4.2.9 Freiflächenbedarf
 - 4.2.10 Bausubstanz
 - 4.2.11 Altlastenbeseitigungskosten
 - 4.2.12 Repräsentativität der Immobilie
 - 4.2.13 Kaufen oder Mieten
 - 4.2.14 Sonstige Anforderungen
 - 4.3 Nutzeranforderungen in der Immobilienwirtschaft
 - 4.3.1 Nutzer von öffentlichen Gebäuden
 - 4.3.1.1 Kaltmietpreis
 - 4.3.1.2 Energiekosten
 - 4.3.1.3 Infrastrukturelle Kosten
 - 4.3.1.4 Stadtlage und Standort
 - 4.3.1.5 Verkehrsanbindung
 - 4.3.1.6 Ver- und Entsorgung
 - 4.3.1.7 Gebäudeflächenbedarf
 - 4.3.1.8 Raumstruktur des Gebäudes
 - 4.3.1.9 Freiflächenbedarf
 - 4.3.1.10 Bausubstanz
 - 4.3.1.11 Altlastenbeseitigungskosten
 - 4.3.1.12 Repräsentativität der Immobilie
 - 4.3.1.13 Kaufen oder Mieten
 - 4.3.1.14 Sonstige Anforderungen
 - 4.3.2 Nutzer von Büroimmobilien (s. 4.3.1)
 - 4.3.3 Nutzer von Gewerbeimmobilien (s. 4.3.1)
 - 4.3.4 Nutzer von Industrieimmobilien (s. 4.3.1)
 - 4.4 Vergleich der Nutzeranforderungen
 - 4.5 Vergleich ausgewählter Städte
 - 4.6 Überblick Europa
- 5 Ursachenanalyse für den Status Quo**
 - 5.1 Allgemeine Ursachen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
 - 5.1.1 Einfluss von Konjunktur u. Rezession
 - 5.1.2 Einfluss der Gesetzgebung
 - 5.1.3 Demografische Einflussfaktoren
 - 5.1.4 Leerstand und Psychologie
 - 5.1.5 Weitere allgemeine Ursachen
 - 5.2 Ursachen der Marktteilnehmer
 - 5.2.1 Öffentliche Hand
 - 5.2.1.1 Strukturwandel
 - 5.2.1.2 Interessen und Informationsstand
 - 5.2.1.3 Regulierung, Koordinierung und Vernetzung
 - 5.2.1.4 Weitere Ursachen
 - 5.2.2 Wohnungs- und Immobiliengesellschaften (s. 5.2.1)
 - 5.2.3 Wohnungs- u. Immobilienmakler (s. 5.2.1)
 - 5.2.4 Dienstleister (s. 5.2.1)
 - 5.2.5 Gebäudetechnik-Anbieter (s. 5.2.1)
 - 5.2.6 Architektur- und Ingenieurbüros (s. 5.2.1)
 - 5.2.7 Private Eigentümer (s. 5.2.1)
 - 5.3 Immobilientypspezifische Ursachen der Wohnungswirtschaft
 - 5.3.1 Einfluss der Nutzerorientierung
 - 5.3.2 Einfluss des regionalen Entwicklungsstandes
 - 5.3.3 Faktoren der Vermarktung und Akquise
 - 5.3.4 Faktoren durch Neubau, Sanierung und Abriss
 - 5.3.5 Weitere Ursachen
 - 5.4 Immobilientypspezifische Ursachen der Immobilienwirtschaft

IMMOBILIENWIRTSCHAFT ALS GESCHÄFTSFELD?

- 5.4.1 Einfluss der Nutzerorientierung
 - 5.4.1.1 Nutzer von öffentlichen Gebäuden
 - 5.4.1.2 Nutzer von Büroimmobilien
 - 5.4.1.3 Nutzer von Gewerbeimmobilien
 - 5.4.1.4 Nutzer von Industrieimmobilien
- 5.4.2 Einfluss des regionalen Entwicklungsstandes
- 5.4.3 Faktoren der Vermarktung u. Akquise
- 5.4.4 Faktoren durch Neubau, Sanierung und Abriss
- 5.4.5 Einfluss des Branchenmixes
- 5.4.6 Weitere Ursachen
- 6 Markt und Marktentwicklung**
 - 6.1 Einleitung
 - 6.2 Methodik
 - 6.3 Grundannahmen und Prämissen
 - 6.4 Darstellung verschiedener Szenarien
 - 6.5 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung
 - 6.6 Markt und Marktentwicklung in der Wohnungswirtschaft
 - 6.7 Markt und Marktentwicklung in der Immobilienwirtschaft
 - 6.8 Markt und Marktentwicklung im Leerstandsmanagement
 - 6.9 Leerstand, Mietumsatz und Kaufpreis nach Jahren (2005, 2007, 2010, 2015) in der Wohnungswirtschaft
 - 6.9.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 6.9.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 6.9.3 Überblick Europa
 - 6.10 Leerstand, Mietumsatz und Kaufpreis nach Jahren (2005, 2007, 2010, 2015) in der Immobilienwirtschaft
 - 6.10.1 Öffentliche Gebäude
 - 6.10.1.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 6.10.1.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 6.10.1.3 Überblick Europa
 - 6.10.2 Büroimmobilien (s. 6.10.1)
 - 6.10.3 Gewerbeimmobilien (s. 6.10.1)
 - 6.10.4 Industrieimmobilien (s. 6.10.1)
 - 6.11 Neubau, Sanierung und Abriss nach Jahren (2005, 2007, 2010, 2015) in der Wohnungswirtschaft
 - 6.11.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 6.11.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 6.11.3 Überblick Europa
 - 6.12 Neubau, Sanierung und Abriss nach Jahren (2005, 2007, 2010, 2015) in der Immobilienwirtschaft
 - 6.12.1 Öffentliche Gebäude
 - 6.12.1.1 Gesamtbetrachtung Deutschland
 - 6.12.1.2 Vergleich ausgewählter Städte
 - 6.12.1.3 Überblick Europa
 - 6.12.2 Büroimmobilien (s. 6.12.1)
 - 6.12.3 Gewerbeimmobilien (s. 6.12.1)
 - 6.12.4 Industrieimmobilien (s. 6.12.1)
- 6.13 Entwicklung der Nutzeranforderungen in der Wohnungswirtschaft
- 6.14 Entwicklung der Nutzeranforderungen in der Immobilienwirtschaft
 - 6.14.1 Nutzer von öffentlichen Gebäuden
 - 6.14.2 Nutzer von Büroimmobilien
 - 6.14.3 Nutzer von Gewerbeimmobilien
 - 6.14.4 Nutzer von Industrieimmobilien
- 6.15 Marktpotenziale und Marktvolumen
- 6.16 Markttreiber
- 6.17 Markteintrittsbarrieren
- 6.18 Ursachen für Entwicklungen in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
 - 6.18.1 Einfluss von Konjunktur u. Rezession
 - 6.18.2 Gewerbestrukturwandel
 - 6.18.3 Umsetzung von Stadtplanungskonzepten
 - 6.18.4 Privatisierung öffentlicher Einrichtungen
 - 6.18.5 Nutzungskostenentwicklung
 - 6.18.6 Weitere Ursachen
- 7 Wettbewerb**
 - 7.1 Einleitung
 - 7.2 Wettbewerb in der Wohnungswirtschaft
 - 7.3 Wettbewerb in der Immobilienwirtschaft
 - 7.4 Wettbewerb im Leerstandsmanagement
 - 7.5 Marktteilnehmer
 - 7.6 Ausgewählte Wettbewerbsprofile
 - 7.6.1 Öffentliche Hand
 - 7.6.2 Wohnungs- u. Immobiliengesellschaften
 - 7.6.3 Wohnungs- und Immobilienmakler
 - 7.6.4 Dienstleister
 - 7.6.5 Gebäudetechnik-Anbieter
 - 7.6.6 Architektur- und Ingenieurbüros
 - 7.6.7 Investoren und Spekulanten
 - 7.6.8 Private Eigentümer
- 8 Trends, Chancen und Risiken**
 - 8.1 Einleitung
 - 8.2 Trends
 - 8.2.1 Nutzertrends
 - 8.2.2 Wettbewerbstrends
 - 8.2.3 Markttrends
 - 8.2.4 Produkttrends
 - 8.2.5 Strategietrends
 - 8.2.6 Technologietrends
 - 8.2.7 Auslandstrends
 - 8.2.8 Weitere Trends
 - 8.3 Chancen und Risiken
 - 8.3.1 Chancen und Risiken für die öffentliche Hand
 - 8.3.2 Chancen und Risiken für Wohnungs- und Immobiliengesellschaften
 - 8.3.3 Chancen und Risiken für Wohnungs- und Immobilienmakler
 - 8.3.4 Chancen und Risiken für Dienstleister
 - 8.3.5 Chancen und Risiken für Gebäudetechnik-Anbieter
 - 8.3.6 Chancen und Risiken für Architektur- und Ingenieurbüros
 - 8.3.7 Chancen und Risiken für Investoren und Spekulanten
 - 8.3.8 Chancen und Risiken für private Eigentümer
- 9 Strategien u. Handlungsempfehlungen**
 - 9.1 Strategien für die öffentliche Hand
 - 9.1.1 Nutzerorientierung
 - 9.1.2 Nutzungskostenreduzierung
 - 9.1.3 Vermarktung und Akquise
 - 9.1.4 Richtlinienggebung
 - 9.1.4.1 Immobilienvergabe
 - 9.1.4.2 Nutzerorientierte Mietberechnung
 - 9.1.5 Benchmarking
 - 9.1.6 Privatisierung
 - 9.1.7 Flexibilisierung
 - 9.1.8 Branchenmix
 - 9.1.9 Weitere Strategien
- 9.2 Strategien für die Wohnungs- und Immobiliengesellschaften
 - 9.2.1 Nutzerorientierung
 - 9.2.2 Nutzungskostenreduzierung
 - 9.2.3 Vermarktung und Akquise
 - 9.2.4 Weitere Strategien
- 9.3 Strategien für Wohnungs- und Immobilienmakler
 - 9.3.1 Nutzerorientierung
 - 9.3.2 Nutzungskostenreduzierung
 - 9.3.3 Vermarktung und Akquise
 - 9.3.4 Weitere Strategien
- 9.4 Strategien für Dienstleister
 - 9.4.1 Facility-Management
 - 9.4.2 Vermarktung und Akquise
 - 9.4.3 Weitere Strategien
- 9.5 Strategien für Gebäudetechnik-Anbieter
 - 9.5.1 Erweiterte Anforderungen an die Gebäudetechnik
 - 9.5.2 Weitere Strategien
- 9.6 Strategien für Architektur- und Ingenieurbüros
 - 9.6.1 Revitalisierung von Industriebrachen
 - 9.6.2 Rezessionsarchitektur
 - 9.6.3 Weitere Strategien
 - 9.7 Strategien für Investoren u. Spekulanten
 - 9.8 Strategien für private Eigentümer
- 10 Operative Erfahrungswerte – Flächen- u. Leerstandsmanagement**
 - 10.1 Anwendungsgebiete
 - 10.2 Softwareangebot
 - 10.3 Praxisbeispiele
 - 10.3.1 Öffentliche Hand
 - 10.3.2 Privatwirtschaft
- 11 Ausblick**
 - 11.1 Einleitung
 - 11.2 Die Wohnungswirtschaft der Zukunft
 - 11.3 Wohnungswirtschaft in 2010
 - 11.4 Wohnungswirtschaft in 2020
 - 11.5 Wohnungswirtschaft in 2030
 - 11.6 Die Immobilienwirtschaft der Zukunft
 - 11.7 Immobilienwirtschaft in 2010
 - 11.8 Immobilienwirtschaft in 2020
 - 11.9 Immobilienwirtschaft in 2030
- 12 Praxisbeispiele**
 - 12.1 Praxisbeispiele der Wohnungswirtschaft
 - 12.2 Praxisbeispiele der Immobilienwirtschaft
 - 12.2.1 Öffentliche Gebäude
 - 12.2.2 Büroimmobilien
 - 12.2.3 Gewerbeimmobilien
 - 12.2.4 Industrieimmobilien
 - 12.3 Praxisbeispiele nach Marktteilnehmern
 - 12.3.1 Öffentliche Hand
 - 12.3.2 Wohnungs- u. Immobiliengesellschaften
 - 12.3.3 Wohnungs- und Immobilienmakler
 - 12.3.4 Dienstleister
 - 12.3.5 Gebäudetechnik-Anbieter
 - 12.3.6 Architektur- und Ingenieurbüros
 - 12.3.7 Investoren und Spekulanten
 - 12.3.8 Private Eigentümer

Die Studie umfaßt voraussichtlich über 500 Seiten. Dieses Inhaltsverzeichnis ist vorläufig; es können sich noch Veränderungen und Ergänzungen ergeben.

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 Strategiestudie (Nr. 08-40001) »**Leerstandsmanagement – die Krise in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft als Geschäftsfeld?**« zum Preis von EUR 3.900,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir bestellen bis zum 31. Januar 2005 und erhalten 10% Subskriptionsrabatt.
- Wir nehmen am Startworkshop am 14. Februar 2005 teil.
- Wir sind an einer Endpräsentation zur Studie interessiert. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf.
- Bitte senden Sie uns Informationen zu den Studien:
 »**Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft**«
 »**Heizkostenverteilung und Abrechnung**«

ADRESSE	
FIRMA	
NAME	
FUNKTION	
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 08-01003

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 Energie- und Telekommunikationsmärkten.

trend:research liefert Studien und Informationen an die wesentlichen Player der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft, sowie an über 90% der größeren Energieversorgungsunternehmen (EVU) und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.

KONDITIONEN

Die Strategiestudie »**Leerstandsmanagement – die Krise in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft als Geschäftsfeld?**« kostet 3.900,00 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.

Bei Bestellung bis zum 31. Januar 2005 gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Die Studie ist ab April 2005 verfügbar.

VERANSTALTUNG ZUR STUDIE

Im Startworkshop am 14.02.2005 in Bremen wird die Methodik der Studie dargestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit den teilnehmenden Unternehmen diskutiert. Der Startworkshop ermöglicht darüber hinaus durch den gezielten und engen Erfahrungsaustausch die Ausgestaltung und Konkretisierung von Lösungsansätzen im eigenen Unternehmen. Mit der Darstellung ausgewählter Studienergebnisse in der Endpräsentation (Mai 2005) werden die aus der Befragung gewonnenen Erkenntnisse direkt vermittelt und das praktische Vorgehen unterstützt.

WEITERE STUDIEN

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

- Contracting in der Wohnungs- u. Immobilienwirtschaft,** 03/04, 533 S., EUR 3.400,00
- Heizkostenverteilung und Abrechnung,** 09/04, 700 S., EUR 4.400,00
- Ökostrom: Beschaffung und Vertrieb,** 10/04, 640 S., EUR 3.900,00
- Dezentrale Energieerzeugung,** 07/04, 607 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für technische Dienstleistungen, 2. Aufl.,** 01/04, 644 S., EUR 4.400,00

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

trend:research

Institut für Trend- und Marktforschung