



Contracting in Gastgewerbe und Freizeitindustrie

Marktvolumen, Erfolgsfaktoren, Wettbewerb

- Differenzierte Kundenanalyse bei
 - Hotelketten, Hotels, Pensionen
 - Systemgastronomie, Restaurantketten
 - Freizeitparks und -unternehmen
- Marktvolumen und -potenziale
- Wettbewerbsanalyse

- Kundenanforderungen
- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren
- Strategie- und Handlungsempfehlungen
- Fallstudien und Best Practices
- Beispiele und Praxistipps

Bei konstanten Belegungszahlen (2002 zu 2003) muss das Hotelgewerbe weiterhin rückläufige Übernachtungspreise hinnehmen. Damit steigt der Kostendruck weiter, ebenso wie in der Gastronomie, die ungeachtet eines hohen Verkaufspreisniveaus mit weiter steigenden Kosten rechnen muss.

Um für die Kunden attraktiv zu bleiben, muss die Freizeitindustrie ständig neue Attraktionen und Angebote schaffen, welche häufig sehr kosten- und energieintensiv sind. Contracting kann hier einen Beitrag leisten, im Energiebereich weitere Effizienzsteigerungen und damit Kostensenkungen zu erzielen.

Während modernisierte Restaurations- und Wellnessbereiche zum wichtigen Kapital der Unternehmen zählen, werden die energietechnischen Anlagen vielfach vernachlässigt. Es wird häufig bis zur Verschärfung von Grenzwerten (z.B. BImSchV, EnEV) gewartet, so dass es zu regelrechten Investitionsstaus kommt, die mit Hilfe geeigneter Contracting-Modelle abgebaut werden können.

Auf der Basis einer umfangreichen Befragung unter Hotelketten, Hotels, Pensionen, Systemgastronomie,

Restaurantketten, Freizeitparks usw. stellt die Studie umfassendes Wissen für die Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Aufbau bzw. Ausbau des Geschäftsfeldes bereit, z.B. über:

- den heutigen Entwicklungsstand
- Kundenanforderungen
- Hindernisse und Barrieren
- Anwendungsbereiche und Beispiele
- Marktvolumen im Gastgewerbe (Hotels, Gastronomie) und der Freizeitindustrie
- Weitere Entwicklung in Abhängigkeit unterschiedlicher Rahmenbedingungen (Marktszenarien)
- Wettbewerbsstrukturen und Marktanteile
- Anbieterprofile
- Trends und Vermarktungschancen
- Branchenstrategien und Handlungsoptionen für unabhängige Contractoren, EVU-Tochterunternehmen sowie regionale und lokale EVU.

Die Studie richtet sich an Energieversorger, Contracting-Dienstleister sowie an Unternehmen des Gastgewerbes und der Freizeitindustrie.

value through information.

Einladung zum Startworkshop
am 18. März 2004 in Bremen. Anmeldung
siehe Rückseite.



Ziel 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 im Gastgewerbe und der Freizeitindustrie.

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 werden ca. 150 telefonische und persönliche Interviews in folgender Aufteilung geführt.

Branchen	Interviews
Hotelketten	20
Hotels und Pensionen	20
Restaurantketten	20
Systemgastronomie	20
Freizeiteinrichtungen	30
Contractoren und EVU	40

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden 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

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

Unternehmen des Gastgewerbes und der Freizeitindustrie 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.

Zentrale und Dezentrale Erzeugung Potenzialstudie

CONTRACTING IN GASTGEWERBE UND FREIZEITINDUSTRIE

Geplanter Inhalt der Studie

1 Management Summary

2 Allgemeine Grundlagen

- 2.1.1 Einleitung
- 2.1.2 Methodik
- 2.1.3 Begriffsdefinitionen
 - 2.1.3.1 Contracting
 - 2.1.3.2 Definitionen auf Anbieterseite
 - 2.1.3.3 Definitionen der Kunden/Nachfrager
- 2.1.4 Anlagen-Contracting
- 2.1.5 Energieliefer-Contracting
- 2.1.6 Einspar- bzw. Performance-Contracting
- 2.1.7 Intracting: Verwaltungsinternes Contracting
- 2.1.8 Betriebsführungs-Contracting
- 2.1.9 Voll-Contracting
- 2.1.10 Engineering-Contracting
- 2.1.11 Finanzierungs-Contracting
- 2.1.12 Beteiligungs-Contracting
- 2.1.13 Bau-Contracting
- 2.1.14 Contracting vs. Outsourcing
- 2.1.15 Zusammenfassung der Contracting-Varianten
- 2.2 Rahmenbedingungen
 - 2.2.1 Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft
 - 2.2.2 Rahmenbedingungen in Gastgewerbe und Freizeitindustrie
 - 2.2.3 Rahmenbedingungen im Contracting-Umfeld
 - 2.2.4 Ausgewählte rechtliche Grundlagen

3 Anwenderanforderungen

- 3.1 Beherbergungsgewerbe
 - 3.1.1 Ausgangssituation u. Besonderheiten
 - 3.1.1.1 Bei Hotels
 - 3.1.1.2 Bei Pensionen
 - 3.1.2 Status Quo im Contracting
 - 3.1.3 Marktanforderungen
 - 3.1.4 Anforderungen an das Contracting
 - 3.1.5 Vor- und Nachteile von Contracting
 - 3.1.6 Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter
- 3.1.7 Nutzung erneuerbarer Energien im Rahmen des Contracting
- 3.2 Gaststättengewerbe
 - 3.2.1 Ausgangssituation u. Besonderheiten
 - 3.2.1.1 Restaurantketten
 - 3.2.1.2 Systemgastronomie
 - 3.2.1.3 Weitere
 - 3.2.2 Status Quo im Contracting
 - 3.2.3 Marktanforderungen
 - 3.2.4 Anforderungen an das Contracting
 - 3.2.5 Vor- und Nachteile von Contracting
 - 3.2.6 Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter
- 3.2.7 Nutzung erneuerbarer Energien im Rahmen des Contracting
- 3.3 Freizeitindustrie
 - 3.3.1 Ausgangssituation u. Besonderheiten
 - 3.3.1.1 Freizeitparks
 - 3.3.1.2 Erlebnisbäder
 - 3.3.1.3 Weitere (Zoo, Kinocenter, etc.)
 - 3.3.2 Status Quo im Contracting
 - 3.3.3 Marktanforderungen
 - 3.3.4 Anforderungen an das Contracting
 - 3.3.5 Vor- und Nachteile von Contracting
 - 3.3.6 Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter
- 3.3.7 Nutzung erneuerbarer Energien im Rahmen des Contracting

4 Anwendungsbeispiele in Gastgewerbe und Freizeitindustrie

- 4.1 Anlagencontracting
 - 4.1.1 Stromerzeugungsanlagen
 - 4.1.2 Wärmeerzeugungsanlagen
 - 4.1.3 Klimaanlage
 - 4.1.4 Dampferzeuger
 - 4.1.5 Druckluftzeuger
 - 4.1.6 Beleuchtungsanlagen
 - 4.1.7 Be- und Entlüftung
 - 4.1.8 Weitere Einrichtungen (z.B. Schwimmbäder, Saunen)
- 4.2 Betriebsführung
 - 4.2.1 Wartung und Instandhaltung
 - 4.2.2 Revisionen
- 4.3 Technisches Gebäudemanagement/ Facility Management

5 Ausgewählte Technologien in der dezentralen Energieerzeugung

- 5.1 Brennwerttechnik
- 5.2 Solarthermische Anlagen
- 5.3 Fotovoltaik
- 5.4 Klimaanlage
- 5.5 Abluftwärmerückgewinnung
- 5.6 Ausgewählte Stromerzeugungsanlagen
 - 5.6.1 Gasturbinenanlage mit Wärmerückgewinnung
 - 5.6.2 Diesel- und Gasmotoren
 - 5.6.3 Brennstoffzellen
 - 5.6.4 Mikroturbinen
 - 5.6.5 Kennzahlen und Vergleich
 - 5.7 Weitere

6 Markt und Marktszenarien für das Contracting in Gastgewerbe und Freizeitindustrie (nicht in der Anwenderstudie vorhanden)

- 6.1 Einleitung: Erläuterungen zur Methodik
 - 6.1.1 Darstellung verschiedener Szenarien
 - 6.1.2 Methodik
 - 6.2 Grundannahmen und Prämissen
 - 6.2.1 Annahmen für alle Szenarien
 - 6.2.2 Szenariospezifische Annahmen
 - 6.3 Markt und Marktentwicklung des Contracting in Gastgewerbe und Freizeitindustrie
 - 6.3.1 Markt und Marktentwicklung im Contracting in Deutschland: Gesamtmarkt
 - 6.3.2 Anteil in Gastgewerbe und Freizeitindustrie
 - 6.3.3 Marktdurchdringung
 - 6.3.4 Der Markt für Contracting in 2003
 - 6.3.4.1 Der Markt für Contracting im Gastgewerbe
 - 6.3.4.1.1 Hotelketten, Hotels und Pensionen
 - 6.3.4.1.2 Restaurantketten und Systemgastronomie
 - 6.3.4.2 Der Markt für Contracting in Freizeiteinrichtungen
 - 6.3.5 Der Markt für Contracting in 2005
 - 6.3.5.1 Der Markt für Contracting im Gastgewerbe
 - 6.3.5.1.1 Hotelketten, Hotels und Pensionen
 - 6.3.5.1.2 Restaurantketten und Systemgastronomie
 - 6.3.5.2 Der Markt für Contracting in Freizeiteinrichtungen
 - 6.3.6 Der Markt für Contracting in 2010
 - 6.3.6.1 Der Markt für Contracting im Gastgewerbe
 - 6.3.6.1.1 Hotelketten, Hotels und Pensionen
 - 6.3.6.1.2 Restaurantketten und Systemgastronomie

6.3.6.2 Der Markt für Contracting in Freizeiteinrichtungen
 6.3.7 Der Markt für Contracting in 2015
 6.3.8 Der Markt für Contracting nach Contracting-Arten
 6.3.9 Der Markt für Contracting nach Technologien

7 Wettbewerb

7.1 Wettbewerb in der Energiewirtschaft/ Multi Utility
 7.2 Wettbewerb im Contracting
 7.2.1 Marktstruktur im Contracting
 7.2.1.1 Überblick und Strukturdaten
 7.2.1.2 Strukturdaten zum Umsatz
 7.2.1.3 Typen von Wettbewerbern
 7.2.1.4 Spezialisten für das Gastgewerbe und die Freizeitindustrie
 7.2.2 Produkt-Kundenkombinationen
 7.2.3 Erfolgsfaktoren
 7.3 Ausgewählte Wettbewerber und Anbieter
 7.3.1 Berliner Energieagentur GmbH
 7.3.2 Dalkia Energieservice GmbH
 7.3.3 Deutsche Telekom Immobilien und Service
 7.3.4 E.ON Projects GmbH
 7.3.5 EAM EnergiePlus GmbH
 7.3.6 Elyo AG & Co. KG
 7.3.7 EnBW Energy Solutions GmbH
 7.3.8 Energie Consulting und Service GmbH (ECS)
 7.3.9 EC Energiecontracting Heidelberg GmbH
 7.3.10 GA-tec Gebäude- und Anlagentechnik GmbH
 7.3.11 GETEC AG
 7.3.12 HARPEN Energie Contracting GmbH
 7.3.13 Imtech Deutschland GmbH & Co. KG
 7.3.14 LGM Energie GmbH
 7.3.15 MVV Energie AG
 7.3.16 NGT Neue Gebäudetechnik GmbH
 7.3.17 ProTech GmbH
 7.3.18 RWE Solutions AG
 7.3.19 SFW GmbH
 7.3.20 STEAG Energie-Contracting GmbH (SEC)
 7.3.21 swb Service GmbH
 7.3.22 Techem Energy Contracting GmbH
 7.3.23 URBANA Fernwärme GmbH
 7.3.24 Vattenfall Europe Contracting GmbH
 7.3.25 vittera Energy Services

8 Trends, Chancen und Risiken

8.1 Trends
 8.1.1 Kundentrends
 8.1.2 Wettbewerbstrends
 8.1.3 Markttrends
 8.1.4 Produkttrends
 8.1.5 Strategietrends
 8.1.6 Technologietrends
 8.1.7 Auslandstrends
 8.2 Chancen und Risiken
 8.2.1 Chancen und Risiken für Energieversorger
 8.2.2 Chancen und Risiken für Contracting-Dienstleister
 8.2.3 Chancen und Risiken für Unternehmen des Gastgewerbes und der Freizeitindustrie

9 Strategien

9.1 Einleitung, Kapitelübersicht und Strategiedefinition
 9.2 Strategieoptionen
 9.2.1 Übersicht der möglichen Strategieoptionen
 9.2.2 Strategieoptionen für unabhängige Contractoren
 9.2.3 Strategieoptionen für Tochterunternehmen großer EVU
 9.2.4 Strategieoptionen für regionale bzw. lokale EVU
 9.3 Branchenstrategien Gastgewerbe und Freizeitindustrie
 9.4 Querschnittsstrategien
 9.4.1 Die Basis: Kundenwertanalyse
 9.4.2 First Mover
 9.4.3 Marken und Produkte
 9.4.4 Fokussierung
 9.4.5 Partnering
 9.4.6 Multi Utility

10 Ausgestaltung und Vermarktung von Contracting in Gastgewerbe und Freizeitindustrie

10.1 Produktgestaltung
 10.1.1 Leistungsbestandteile
 10.1.2 Einstiegspakete
 10.1.3 Teilcontracting
 10.1.4 Vollcontracting
 10.1.5 Bundling
 10.1.6 Individualisierung von Contracting-Paketen
 10.2 Finanzplanung im Contracting
 10.2.1 Planungsgrößen
 10.2.2 Einflussfaktoren
 10.2.3 Planungstechnik Szenarioanalyse

11 Fallstudien und Beispiele

11.1 Fallbeispiele
 11.1.1 Contracting in großen Hotels
 11.1.2 Contracting in kleinen Hotels
 11.1.3 Contracting in Gaststätten
 11.1.4 Contracting in Freizeitparks
 11.1.5 Contracting in Erlebnisbädern
 11.1.6 Contracting in Zoos
 11.1.7 Best Practices
 11.1.8 Weitere Beispiele
 11.2 Leitfaden zur Auswahl von Contractingangeboten
 11.2.1 Erfahrungen von Anwendern
 11.2.2 Auswahl-Checkliste
 11.2.3 Bewertungsschema
 11.2.4 Kalkulationsschema zum Vergleich mit der Eigeninvestition
 11.3 Zusammenfassung und Fazit

12 Weiteres Vorgehen/Praxistipps

12.1 Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren
 12.2 Ausschreibung
 12.3 Checkliste: Anforderungskatalog
 12.4 Aspekte der Vertragsgestaltung

Die geplante Studie umfasst insgesamt ca. 450 Seiten. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern. Inhaltliche Vorschläge können bis zum Ende des Subskriptionszeitraumes aufgenommen werden.

**Potenzialstudie:
 Der Markt für Contracting in
 Deutschland bis 2010**

In der über 600 Seiten umfassenden Potenzialstudie »Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010« ist auf der Grundlage einer umfangreichen Befragung von Entscheidern (Technische Leiter, Einkaufsleiter, Controller, Geschäftsführer) und Contractoren die Entwicklung im Gesamtmarkt für Contracting detailliert dargestellt. Neben der Immobilien- und Wohnungswirtschaft sind dabei folgende Hauptbranchen berücksichtigt:

- Selbstgenutzte Facilities
- Krankenhäuser
- Industrie
- Ver- und Entsorgung
- Kommunen

trend:research zeigt darin Marktpotenziale, -strukturen sowie die aktuelle Entwicklung des Marktes auf und liefert konkrete Handlungsempfehlungen für die weitere Marktbearbeitung.

**Potenzialstudie:
 Contracting in der Wohnungs-
 und Immobilienwirtschaft**

Basierend auf einer umfangreichen Befragung bei Unternehmen aus der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft erfolgt im Rahmen der Studie eine differenzierte Kundenanalyse bei Wohnungsbau- und verwaltungsgesellschaften, Immobilien-gesellschaften und -verwaltern sowie Facility- Managern.

Die Studie ermittelt das aktuelle Marktvolumen und zeigt unter Anwendung einer Szenarioanalyse die weitere Marktentwicklung und -potenziale. Darüber hinaus werden die Anbieter bzw. Wettbewerber analysiert, Trends, Chancen und Risiken aufgezeigt sowie Strategie- und Handlungsempfehlungen gegeben. Konkrete Fallstudien und Praxistipps runden die ab März 2004 verfügbare Studie ab.

**Potenzialstudie:
 Contracting im Krankenhaus**

Der Markt für Contracting in Krankenhäusern/Kliniken sowie Rehabilitations- und Pflegeeinrichtungen ist einer der wesentlichen Teilmärkte im Bereich Contracting. Neben den »üblichen« Energie- und Wärmelieferungsverträgen gibt es hier allerdings einige Spezialitäten bis hin zur Versorgung von OP- und Intensiv-Stationen. Durch den Kostendruck im Gesundheitswesen auf der einen Seite und einen vergleichsweise offenen Umgang mit dem Thema Contracting auf der anderen Seite findet sich hier ein Markt mit hohem Volumen und Potenzial (allein über 2.200 Krankenhäuser).

Die Potenzialstudie zeigt auf der Basis einer umfangreichen Befragung der Nachfrage- und Anbieterseite mit ca. 125 telefonischen Interviews neben einer differenzierten Kundenanalyse das aktuelle Marktvolumen, die weitere Marktentwicklung sowie Fallstudien aus der Praxis. Damit werden nicht nur Kundenanforderungen und Marktbarrieren dargestellt, sondern auch Strategie- und Handlungsempfehlungen zur Lösung dieser Aufgabenstellungen gegeben. Best Practices runden die Studie ab.

Weitere Informationen können Sie mit umseitigem Bestellformular abrufen.

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. 07-12010) »Contracting in Gastgewerbe und Freizeitindustrie« inkl. 2 Workshops/ Präsentationen zum Preis von EUR 3.400,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00)
- Hiermit bestellen wir die Anwenderstudie »Contracting in Gastgewerbe und Freizeitindustrie« (ohne Kapitel 6) inkl. 2 Workshops/Präsentationen zum Preis von EUR 2.700,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir bestellen vor dem **5. März 2004** und erhalten 10% Subskriptionsrabatt.
- Wir möchten am Studienworkshop am **18. März 2004** in Bremen teilnehmen (gesonderte Einladung erfolgt).

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 07-02004

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.

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 »Contracting in Gastgewerbe und Freizeitindustrie« inkl. 2 Workshops/Präsentationen kostet 3.400,00 EUR, als Anwenderstudie ohne Kapitel 6 (Markt) 2.700,00 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 5. 3. 2004 gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist im Mai 2004 verfügbar.

**VERANSTALTUNGEN ZUR STUDIE**

Im Startworkshop am 18. 3. 2004 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 2004) werden die aus der Befragung gewonnenen Erkenntnisse direkt vermittelt und das praktische Vorgehen unterstützt.

**WEITERE STUDIEN**

trend:research gibt über 50 Multi-Client-Studien heraus, die jeder Kunde erwerben kann. Aktuelle Beispiele sind:

- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010**, 05/03, 600 S., EUR 5.500,00
- Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft**, 03/04, ca. 400 S., EUR 3.400,00
- Contracting im Krankenhaus**, 05/04, ca. 450 S., EUR 3.400,00
- Dezentrale Erzeugung**, 05/04, ca. 500 S., EUR 4.400,00
- Der Markt für Energiedienstleistungen**, 11/03, 786 S., EUR 4.400,00
- Kraftwerke 2020**, 11/03, 820 S., EUR 8.900,00
- Der Markt für Abrechnungsdienstleistungen in der Energiewirtschaft, 2. Aufl.**, 07/03, 820 S., EUR 3.300,00
- Brennstoffzellen in der stationären Energieversorgung**, 05/03, 650 S., EUR 3.300,00
- Mikroturbinen i. d. Praxis**, 04/03, 250 S., EUR 3.800,00

Weitere Studien sowie Informationen über das Institut, seine Methodik und Vorgehensweisen können Sie im Internet unter www.trendresearch.de abrufen oder mit diesem Formular anfordern.

trend:research

Institut für Trend- und Marktforschung