



Contracting bei Privatkunden

Marktvolumen und Marktpotenziale bis 2015

→ **Differenzierte Kundenanalyse bei
Eigenheimbesitzern:**

- Ein- und Zweifamilienhäuser
- kleine Mehrfamilienhäuser/
Eigentümergeinschaften (bis 12
Wohneinheiten)

→ **Rahmenbedingungen und Ausgangs-
situation**

- Wettbewerbsanalyse und -profile
- Markt- und Produktrends
- Strategie- u. Handlungsempfehlungen
- Praxistipps

www.trendresearch.de

Die Studie ist ab sofort verfügbar und umfasst 570 Seiten.

Contracting ist nicht nur auf individuelle Großprojekte im Geschäftskundenbereich beschränkt. Zunehmend vermarkten EVU/ Stadtwerke aktiv Contracting-Produkte für den Privatkundensektor.

Motivation ist vor allem das enorme Potenzial an erneuerungsbedürftigen Heizungsanlagen, ausgelöst durch die gesetzlichen Verschärfungen (1. BImSchV, EnEV) und die Überalterung des Anlagenbestandes. Mit weitestgehend standardisierten Contracting-Angeboten sollen Haus- und Wohnungseigentümer vom Hemmnis der relativ hohen Investitionskosten für eine moderne Heizungsanlage befreit werden und darüber hinaus bzgl. Wartung und Betrieb rundum versorgt werden.

Aus Sicht der Anbieter tragen solche Wärmeliefer-Konzepte wesentlich zur Kundenbindung bei und bieten Chancen, sich als Dienstleister im stärker werdenden Wettbewerb um Gaskunden zu positionieren. Dennoch gibt es weiterhin Barrieren, die die Entwicklung in diesem Segment hemmen. Dies sind unter anderem:

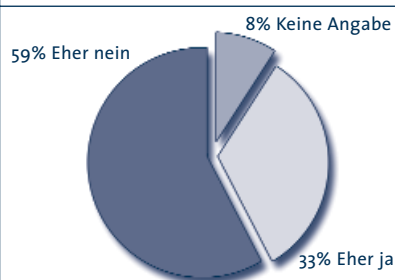
- Contracting ist sowohl als Begriff als auch als Konzept wenig bekannt.
- Die Unklarheit der rechtlichen Rahmenbedingungen vor allem bei vermieteten Wohngebäuden blockiert zahlreiche Projekte in Mehrfamilienhäusern.
- Etwas mehr als ein Drittel der potenziellen Kunden erkennt im Contracting keine Vorteile.

Die Potenzialstudie zeigt auf der Basis einer umfangreichen Befragung der Nachfrage- und Anbieterseite mit 86 telefonischen Interviews neben einer differenzierten Kundenanalyse das aktuelle Marktvolumen, die weitere Marktentwicklung bis 2015 sowie Fallstudien aus der Praxis. Darüber hinaus liefert die Studie Antworten auf weitere Fragen, die im Zusammenhang mit dem Aufbau bzw. Ausbau des Geschäftsfeldes stehen, z.B.

- Welche Anforderungen stellen die Privathaushalte an einen Contractor?
- Welche Anbieter agieren bereits erfolgreich außer halb ihres Versorgungsgebiets?
- Was sind deren Erfolgsfaktoren?
- Welche Strategien/Instrumente zur Markterschließung werden angewendet?
- Wie ist die Zusammenarbeit mit lokalen Handwerksbetrieben zu gestalten?
- Wie entwickelt sich das Marktvolumen in Abhängigkeit unterschiedlicher Rahmenbedingungen (Marktszenarien)?
- Wie lassen sich regionale Marktpotenziale bestimmen?
- Welche Chancen zur Neukundengewinnung bietet Contracting?

Die Studie richtet sich an Contractoren, Energieversorger, Dienstleister sowie an Installateur- und Heizungsbaubetriebe.

Privathaushalte: Könnten Sie sich ein Pooling von Anlagen mit anderen Eigenheimbesitzern vorstellen, um einen Contracting-Vertrag abzuschließen?



value through information.

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie knüpft an Ergebnisse der Potenzialstudie »Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2010« an und vertieft die Untersuchung im Bereich der Privatkunden. Neben differenzierten Aussagen über die Kundenanforderungen erfolgt eine detaillierte Analyse dieses Marktsegments und die Berechnung des entsprechenden Marktvolumens. Auf der Basis einer umfangreichen Befragung der Zielkunden und einer transparenten Analyse der erwarteten Entwicklungen in diesem Contracting-Teilmarkt werden strategische und operative Entscheidungen unterstützt und Empfehlungen zum Aufbau und/oder Ausbau der eigenen Marktposition gegeben. Darüber hinaus werden die Anforderungen und Bedürfnisse der Kunden in diesem Bereich vertieft und Anhaltspunkte für eine eigene Segmentierung und Vertriebsvorbereitung gegeben.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field- und Desk-Research-Methoden ein. Im Desk-Research wurden neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen auch bereits vorhandene Studien zum Thema Contracting ausgewertet. Den Hauptteil macht das Field Research aus. Im Rahmen einer umfangreichen deutschlandweiten Befragung wurden 86 telefonische und persönliche Interviews mit folgenden Zielgruppen durchgeführt:

Zielgruppen	Interviews
Private Haushalte, Eigentümergemeinschaften (Ein- und Zweifamilienhäuser, kleine Mehrfamilienhäuser)	51
Contractoren, EVU, Stadtwerke, Energieagenturen	25
Installateur- und Heizungsbaubetriebe, Ingenieurbüros	10

An wen sich die Studie richtet

Die Potenzialstudie hilft Contractoren, Energieversorgern und Dienstleistern, zukünftige Contracting-Potenziale im Bereich der Kleinanlagen einzuschätzen und das eigene Angebot bzw. die eigenen Maßnahmen vor diesem Hintergrund auszurichten.

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

Contracting Potenzialstudie

CONTRACTING BEI PRIVATKUNDEN

Inhalt der Studie

1	Management Summary	13	4	Anwenderanforderungen	141
			4.1	Marktanforderungen bei Privatkunden	
2	Allgemeine Grundlagen	71	4.2	Anforderungen der Privatkunden	143
2.1	Einleitung	71	4.2.1	Ausgangssituation und Besonderheiten	143
2.2	Aufbau und Inhalt der Studie	72	4.2.2	Status Quo im Contracting	163
2.3	Methodik	75	4.2.3	Anforderungen an das Contracting	171
2.4	Ziele und Nutzen der Studie	78	4.2.4	Vor- und Nachteile von Contracting	173
2.5	Begriffsdefinitionen	78	4.2.5	Präferenzen bezüglich bestimmter Anbieter	177
2.5.1	Contracting	79	4.2.6	Präferenzen bezüglich bestimmter Technologien	179
2.5.2	DIN 8930-5/Definitionen auf Anbieterseite	79			
2.5.3	Definitionen der Kunden/Nachfrager	82	5	Anwendungsbeispiele und Fallstudien	183
2.5.4	Weitere Contracting-Begriffe im Markt	82	5.1	Anwendungsbeispiele	183
2.5.4.1	Anlagen-Contracting	83	5.1.1	Ein- und Zweifamilienhäuser	183
2.5.4.2	Betriebsführungs-Contracting	83	5.1.2	Mehrfamilienhäuser	184
2.5.4.3	Contracting vs. Outsourcing	84	5.2	Fallstudien	186
2.5.4.4	Wärmeservice/Wärmedirektservice	85	5.2.1	Contracting bei Ein-/Zweifamilienhäusern	186
2.5.5	Zusammenfassung der Contracting-Varianten	86	5.2.2	Contracting bei Mehrfamilienhäusern	187
3	Rahmenbedingungen	88	5.3	Erfahrungen von Anwendern	189
3.1	Rahmenbedingungen in der Energiewirtschaft	88	6	Ausgewählte Technologien	192
3.1.1	Strommarkt	88	6.1	Niedertemperaturtechnik	192
3.1.2	Gasmarkt	92	6.2	Regelungstechnik	195
3.1.3	Kyoto-Protokoll, Emissionshandel	94	6.3	Brennwerttechnik	197
3.2	Ausgewählte rechtliche Grundlagen	99	6.4	Wärmepumpen	201
3.2.1	EnWG	99	6.5	Technologien zur Nutzung erneuerbarer Energien	203
3.2.2	Regulierungsbehörde (Bundesnetzagentur)	104	6.5.1	Solarthermische Anlagen/Photovoltaik	203
3.2.3	Unbundling	110	6.5.2	Biomasseanlagen	211
3.2.4	BimSchG/BlmSchV	112	6.6	KWK-Technologien	215
3.2.5	Energieeinsparverordnung (EnEV)	116	6.6.1	Blockheizkraftwerke	215
3.3	Rahmenbedingungen im Contracting-Umfeld	120	6.6.2	Gasturbinenanlage mit Wärmerückgewinnung	219
3.3.1	Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG)	120	6.7	Mikroturbinen	219
3.3.2	Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKGModG)	125	6.8	Brennstoffzellenanlagen	221
3.3.3	Die Richtlinie zur Endenergieeffizienz und zu Energiedienstleistungen	128	6.9	Kennzahlen und Vergleich	229
3.3.4	Richtlinien zur Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	130	7	Markt und Marktentwicklung für Contracting bei Privatkunden	238
3.3.5	Verordnung über allgemeine Bedingungen für die Versorgung mit Fernwärme (AVB Fernwärme V)	131	7.1	Einleitung: Erläuterung zur Methodik	239
3.4	Rahmenbedingungen bei privaten Haushalten	132	7.1.1	Darstellung verschiedener Szenarien	241
3.4.1	Fördermöglichkeiten	132	7.1.2	Methodik	242
3.4.2	Energiepass für Gebäude	135	7.2	Grundannahmen und Prämissen	244
3.4.3	HeizkV	137	7.2.1	Annahmen für alle Szenarien	244
			7.2.2	Szenariospezifische Annahmen	248

7.3	Gesamtmarkt Contracting in Deutschland 2004	260	9	Trends, Chancen und Risiken	449	11	Ausgestaltung und Vermarktung von Contracting bei Privatkunden	503
7.4	Markt und Marktentwicklung für Contracting bei Privatkunden	265	9.1	Trends	449	11.1	Produktgestaltung	503
7.4.1	Der Markt für Contracting bei Privatkunden von 2004 bis 2015	266	9.1.1	Kundentrends	449	11.1.1	Wärmeservice/Wärmedirekt-service	503
7.4.1.1	Marktdurchdringung von Contracting	270	9.1.2	Wettbewerbstrends	451	11.1.2	Leistungsbestandteile	505
7.4.2	Der Markt für Contracting bei Privatkunden 2005	270	9.1.3	Markttrends	453	11.1.3	Paketlösungen	508
7.4.3	Der Markt für Contracting bei Privatkunden 2010	272	9.1.4	Produktrends	454	11.1.4	Standardisierung	511
7.4.4	Der Markt für Contracting bei Privatkunden 2015	273	9.1.5	Strategietrends	455	11.1.5	Partnerschaften mit Fachbetrieben	512
7.5	Zusammenfassung und Ausblick	275	9.1.6	Technologietrends	456	11.1.6	Gebäudepooling	514
8	Wettbewerb	277	9.2	Chancen und Risiken	457	11.1.7	Preisgestaltung	516
8.1	Wettbewerb in der Energiewirtschaft	277	9.2.1	Chancen und Risiken für Energieversorger	458	11.1.8	Kundenbetreuung/Customer Care Management	519
8.2	Wettbewerb im Contracting	283	9.2.2	Chancen und Risiken für unabhängige Contractoren	460	11.2	Finanzplanung im Contracting	522
8.2.1	Marktstruktur im Contracting	283	9.2.3	Chancen und Risiken für Installateurbetriebe	462	11.2.1	Planungsgrößen	522
8.2.1.1	Überblick und Strukturdaten	283	9.2.4	Chancen und Risiken für Privatkunden	463	11.2.2	Einflussfaktoren	524
8.2.1.2	Strukturdaten zum Umsatz/Leistungsbereich	285	10	Strategien	467	11.2.3	Planungsscheck Szenarioanalyse	525
8.2.1.3	Typen von Wettbewerbern	287	10.1	Einleitung und Strategiedefinitionen	467	11.2.4	Renditebetrachtung Contracting-Projekte	526
8.2.1.4	Spezialisten für Privatkunden	289	10.2	Strategieoptionen auf Contractoren-Seite	469	12	Ausblick	532
8.2.1.5	Erfolgsfaktoren	293	10.2.1	Übersicht der möglichen Strategieoptionen	469	12.1	Entwicklung bei privaten Haushalten	532
8.3	Ausgewählte Wettbewerber und Anbieter	295	10.2.2	Zielkundenspezifische Strategieoptionen	473	12.2	Entwicklung in der Energiewirtschaft	534
8.3.1	ELE Emscher Lippe Energie GmbH	295	10.2.3	Strategieoptionen für Tochterunternehmen großer EVU	475	12.2.1	Energiewirtschaft 2010	535
8.3.2	EnBW AG	302	10.2.4	Strategieoptionen für regionale bzw. lokale EVU	478	12.2.2	Energiewirtschaft 2015	536
8.3.3	Energieversorgung Rottweil GmbH & CO.KG	310	10.2.5	Strategieoptionen für unabhängige Contractoren	481	12.2.3	Energiewirtschaft 2020	537
8.3.4	E.ON Avacon AG	317	10.2.6	Strategieoptionen für Energieagenturen	483	12.3	Entwicklung im Contracting	538
8.3.5	EWE AG	325	10.2.7	Strategieoptionen für Installateurbetriebe	484	13	Weiteres Vorgehen/Praxistipps	542
8.3.6	GASAG WärmeService GmbH	334	10.3	Querschnittsstrategien	485	13.1	Konzentration auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren	542
8.3.7	Gelsenwasser AG	339	10.3.1	Die Basis: Kundenwertanalyse	485	13.2	Business Case Planung: Vorgehensweise zur Bestimmung regionaler Absatzmarktpotenziale	552
8.3.8	Mark-E AG	345	10.3.2	Preis-Mengen-Strategie	487	13.3	Leitfaden zur Auswahl von Contracting-Angeboten	556
8.3.9	Pfalzwerke AG	352	10.3.3	Innovationsorientierte Strategie/First Mover	489	13.3.1	Auswahl-Checkliste	556
8.3.10	RWE Energy AG	358	10.3.4	Marken und Produkte	493	13.3.2	Kalkulationsschema zum Vergleich mit der Eigeninvestition	560
8.3.11	Stadtwerke Detmold GmbH	365	10.3.5	Fokussierung	495	13.4	Checkliste: Anforderungskatalog	563
8.3.12	Stadtwerke Düsseldorf AG	370	10.3.6	Partnering	496	13.5	Erstellung von Leistungsverzeichnissen	564
8.3.13	Stadtwerke GmbH Bad Kreuznach	378	10.3.7	Multi Utility	499	13.6	Aspekte der Vertragsgestaltung	565
8.3.14	Stadtwerke Heidelberg AG	385				13.7	Zusammenfassung und Fazit	570
8.3.15	Stadtwerke Konstanz GmbH	391						
8.3.16	Stadtwerke Krefeld AG	398						
8.3.17	Stadtwerke Leipzig GmbH	403						
8.3.18	Stadtwerke Mainz AG	412						
8.3.19	Stadtwerke München GmbH	418						
8.3.20	Stadtwerke Münster GmbH	427						
8.3.21	Stadtwerke Neuss GmbH	433						
8.3.22	Stadtwerke Troisdorf GmbH	441						

Die Studie umfasst 570 Seiten. Auf Grund laufender Aktualisierungen können sich die Seitenzahlen ggf. noch leicht ändern.

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. 08-12018) »Contracting bei Privatkunden« zum Preis von EUR 3.200,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 300,00) - alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -
- Wir nehmen an der Endpräsentation teil (Termin zu vereinbaren). Die Teilnahme ist für Studienkäufer kostenlos.
- Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggf. erhalten wir Mengenrabatt.
- Bitte senden Sie uns das aktuelle Studienverzeichnis »Contracting« zu.

ADRESSE

FIRMA

NAME

FUNKTION

STRASSE

PLZ/ORT

TEL./FAX

E-MAIL

 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 _____ 08-09006

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, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren EVU und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.

**KONDITIONEN**

Die Potenzialstudie »Contracting bei Privatkunden« kostet 3.200,00 EUR (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen zu EUR 300,- 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 gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s.u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab sofort verfügbar.

**VERANSTALTUNG ZUR STUDIE**

In einer halbtägigen Endpräsentation werden ausgewählte Ergebnisse der Studie präsentiert und diskutiert, der Termin hierfür ist zu vereinbaren. Hierbei werden die aus der Befragung gewonnenen Erkenntnisse direkt vermittelt und kritisch zur Diskussion gestellt, so dass eigene Schlussfolgerungen für das praktische Vorgehen abgeleitet werden können. Die Teilnahme ist für Studienkäufer kostenlos.

**WEITERE STUDIEN**

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

- Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2015**, 02/06, ca. 750 S., EUR 5.900,00
- Der Markt für Contracting in Österreich bis 2010**, 01/05, 600 S., EUR 4.900,00
- Contracting in Nordrhein-Westfalen**, 11/04, 615 S., EUR 3.900,00
- Contracting in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft**, 03/04, 533 S., EUR 3.400,00
- Contracting im Krankenhaus**, 06/04, 504 S., EUR 3.400,00
- Contracting in der Industrie**, 02/05, 620 S., EUR 4.600,00
- Contracting bei Kommunen und öffentlichen Einrichtungen**, 05/05, 578 S., EUR 3.400,00
- Markenbildung im Contracting**, 08/04, 375 S., EUR 3.400,00
- Contracting – Marktaufbau und Vertrieboptimierung**, 06/05, ca. 550 S., EUR 4.000,00
- Rechtsfragen im Contracting**, 06/05, ca. 500 S., EUR 3.400,00

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

trend:research

Institut für Trend- und Marktforschung