Contracting
Potenzialstudie

Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2040 (5. Auflage)

Potenziale, Marktvolumen, Erfolgsfaktoren und Trends

- → Aktuelle rechtliche Rahmenbedingungen
- → Neue Geschäftsfelder und Vertragsmodelle
- → Contracting-Marktvolumen, -entwicklung und -potenziale bis 2040
- → Wettbewerbsanalyse und -entwicklung
- → Unternehmensprofile ausgewählter Contractoren
- → Auswirkungen der aktuellen Krisen
- → 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, Förderung der Elektromobilität) 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. Öffentliche und private Gebäude in Deutschland verbuchen für Heizung, Warmwasser und Beleuchtung einen Anteil von 40 Prozent des Gesamtenergieverbrauchs. Sie stehen für fast 20 Prozent des gesamten CO_2-Ausstoßes. Und bieten damit ein großes Potenzial für Effizienzmaßnahmen in Form von Contracting-Lösungen.

Neue Contracting-Märkte ergeben sich insbesondere in Kombination mit Erneuerbaren Energien, beispielsweise durch Stromlieferangebote in Kombination mit Photovoltaikanlagen und der eigenen Nutzung des Stroms (u.a. begünstigt durch die Aufhebung der 52 GW PV-Deckelung). Hier bieten auch Mieterstrommodelle die Möglichkeit – in Kooperation mit Immobiliengesellschaften – im Markt aktiv zu werden. Seit Inkrafttreten des Mieterstromgesetzes wurde jedoch nur 1 % des gesetzlich möglichen Potenzials, auf Grund bürokratischer und finanzieller Hürden, umgesetzt. Untersucht wird dementsprechend auch, ob weiterhin bei den angebotenen Contracting-Formen das klassische Energieliefer-Contracting dominiert.

Die geplante 5. Auflage der Studie „Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2040" 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 2040.

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 Wachstumschancen 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?

Aus „Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2025" (4. Auflage)

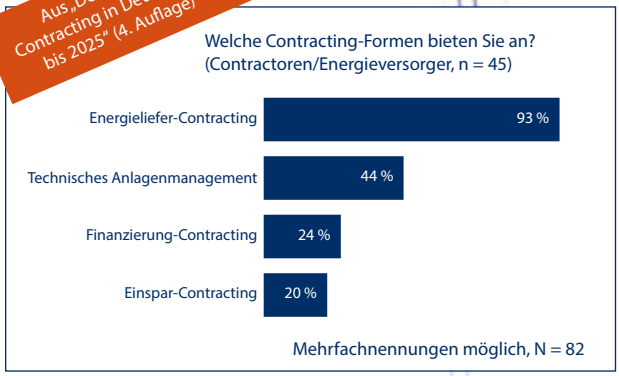

Abbildung: Angebotene Contracting-Formen der befragten Contractoren und Energieversorger

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

value through information.

• Parkstraße 123 • Tel.: 0421 . 43 73 0-0 • www.trendresearch.de
• 28209 Bremen • Fax: 0421 . 43 73 0-11 • info@trendresearch.de

Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2040 (5. A

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 Strategieoptionen.

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 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.

Geplanter Inhalt der Studie

1 Summaries
1.1 Executive Summary
1.2 Management Summary

2 Allgemeine Grundlagen
2.1 Einleitung
2.1.1 Aufbau der Studie
2.1.2 Ziele und Nutzen
2.1.3 Methodik
2.2 Begriffsdefinitionen
2.2.1 Befragtensicht: Verständnis des Begriffs „Contracting“
2.2.2 Contracting
2.2.2.1 Einspar-Contracting
2.2.2.2 Energieliefer-Contracting
2.2.2.3 Finanzierungs-Contracting
2.2.2.4 Betriebsführungscontracting
2.2.3 Energiedienstleistungen (EDL)
2.2.4 Mieterstrom
2.2.5 Eigenversorgung
2.2.6 Energieeffizienz/energetische Sanierung
2.2.7 Kraft-Wärme-Kopplung (KWK)
2.2.8 Kleinanlagen-Contracting

3 Rahmenbedingungen
3.1 Rechtliche Rahmenbedingungen
3.1.1 Übersicht
3.1.2 Wesentliche Regelungen
3.1.3 Wesentliche Vorgaben der EU
3.1.3.1 Elektrizitätsbinnenmarktverordnung
3.1.3.2 Energiesteuerrichtlinie
3.1.3.3 Energy Efficiency Directive (EED)
3.1.3.4 Erneuerbare-Energien-Richtlinie
3.1.3.5 EU-Paket “Saubere Energie für alle Europäer“
3.1.3.6 EU-Richtlinie zu Vorschriften für den Elektrizitätsbinnenmarkt
3.1.3.7 Green Deal
3.1.3.8 Verordnung über die Integrität und Transparenz des Energiegroßhandelsmarkts (REMIT)
3.1.4 Übersicht nationaler Rahmenbedingungen
3.1.4.1 Grünbuch Energieeffizienz
3.1.4.2 Impulspapier „Strom 2040“
3.1.4.3 Stromsteuergesetz (StromStG)
3.1.4.4 Energiewirtschaftsgesetz (EnWG)
3.1.4.5 Erneuerbare-Energien-Gesetz
3.1.4.6 Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG)
3.1.4.7 Gebäudeenergiegesetz (GEG)
3.1.4.8 Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz
3.1.4.9 Mietrecht
3.1.4.10 Stromnetzentgeltverordnung
3.1.4.11 Stromnetzzugangsverordnung
3.1.4.12 Stromgrundversorgungsverordnung (StromGGV)
3.1.4.13 Gasnetzzugangsverordnung
3.1.4.14 Anreizregulierungsverordnung
3.1.4.15 Ausgleichs- und Bilanzierungsregeln (MaBis)
3.1.4.16 Geschäftsprozesse zur Kundenbelieferung mit Elektrizität
3.1.4.17 Elektrizitätssicherungsverordnung
3.1.4.18 Bundes-Immissionsschutzgesetz
3.1.4.19 Bundes-Klimaschutzgesetz (KSG)
3.1.4.20 Klimaschutz-Sofortprogramm
3.1.4.21 Marktstammdatenregisterverordnung (MaStrV)
3.1.4.22 „Osterpaket“
3.1.4.23 Gesetz zur Digitalisierung der Energiewende
3.1.4.24 Energiepreisbremse
3.1.4.25 Raumordnungsgesetzes (ROGÄndG)
3.2 Förderprogramme
3.3 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
3.3.1 Volkswirtschaftliche Kennzahlen
3.3.2 Energiekrise
3.3.3 Ukrainekrieg
3.3.4 Rezession
3.3.5 Fachkräftemangel
3.3.6 Bruttoinlandsprodukt
3.3.7 Inflation
3.3.8 Produktionsindex
3.3.9 Außenhandel
3.3.10 Strompreise
3.3.11 Erdgas
3.3.12 Ölpreis
3.3.13 Wasserstoffpreis
3.3.14 C02-Emissionshandel
3.3.15 Baugewerbe
3.4 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen
3.4.1 Demografischer Wandel
3.4.2 Bevölkerungsentwicklung
3.4.3 Beschäftigung
3.4.4 Konsumverhalten
3.4.5 Energiewirtschaftliche Strukturen
3.4.5.1 Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger
3.4.5.2 Entwicklung im Kraftwerksmarkt
3.4.5.3 Marktentwicklung Erneuerbarer Energien
3.4.5.4 Fernwärmemarkt

4 Status quo: Kundenstruktur und aktuelle Marktsituation
4.1 Zielkundengruppen
4.1.1 Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen (z. B. Krankenhäusern, Pflegeeinrichtungen, Hotels)
4.1.1.1 Kundenstruktur
4.1.1.2 Marktsituation
4.1.2 Industrieunternehmen
4.1.2.1 Kundenstruktur
4.1.2.2 Marktsituation
4.1.3 Kommunen/öffentliche Einrichtungen
4.1.3.1 Kundenstruktur
4.1.3.2 Marktsituation
4.1.4 Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

uflage)

Inhaltsverzeichnis wird im Laufe der Studienerstellung bearbeitet.

4.1.4.1 Kundenstruktur
4.1.4.2 Marktsituation
4.2 Nachfragerseitige Gründe für/ gegen Contracting (aus Anbietersicht)
4.2.1 Nachfragerseitige Gründe für die Nutzung
4.2.2 Nachfragerseitige Gründe gegen die Nutzung

5 Anwendungsbeispiele und Fallstudien
5.1 Übersicht
5.2 Anwendungsbeispiele
5.2.1 Energieliefer-Contracting
5.2.2 Einspar-Contracting
5.2.3 Finanzierungs-Contracting
5.2.4 Technisches Anlagenmanagement
5.2.5 Weitere Contracting-Formen
5.3 Fallstudien im Bereich Contracting
5.3.1 Gewerbe, Handel und Dienstleistungen
5.3.2 Industrieunternehmen
5.3.3 Kommunen/ öffentliche Einrichtungen
5.3.4 Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

6 Neue Geschäfts- und Vertragsmodelle
6.1 Übersicht
6.2 Contracting in Kombination mit weiteren Energiedienstleistungen
6.3 Mieterstrommodell
6.4 Angebot unterschiedlicher Medien
6.5 Weitere Geschäftsmodelle
6.6 Alternative Finanzierungsmodelle
6.7 Chancen/Risiken - Vergleich der neuen Geschäftsmodelle

7 Handlungsfeld Vertrieb
7.1 Problemanalyse Contracting-Vertrieb
7.2 Vertriebswege
7.3 Kombination mit anderen Produkten und Dienstleistungen
7.3.1 Energiedienstleistungen
7.3.2 Smart Metering
7.3.3 Smart Home/Building
7.3.4 Elektromobilität
7.4 Vertriebscontrolling

8 Handlungsfeld Marketing
8.1 Allgemeine Marketingmaßnahmen
8.1.1 Status quo und Entwicklung
8.1.2 Öffentlichkeitsarbeit
8.1.3 Werbung
8.1.4 Mitgliedschaft in Verbänden
8.1.5 Markenbildung
8.2 Zielgruppenspezifisches Marketing
8.2.1 Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen
8.2.2 Industrieunternehmen
8.2.3 Kommunen/öffentliche Einrichtungen
8.2.4 Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
8.3 Leistungs- und Produktgestaltung

9 Markt und Marktentwicklung für Contracting bis 2040
9.1 Einleitung: Erläuterungen zur Methodik
9.1.1 Zielsetzung
9.1.2 Zielgruppen
9.1.3 Methodik
9.2 Grundannahmen und Prämissen
9.2.1 Übersicht
9.2.2 Annahmen für alle Szenarien (Basisprämissen)
9.2.2.1 Konjunkturentwicklung
9.2.2.2 Strompreisentwicklung
9.2.3 Szenariospezifische Prämissen
9.2.3.1 Rechtliche Rahmenbedingungen
9.2.3.2 Förderung Erneuerbarer Energien
9.2.3.3 Förderung Kraft-Wärme-Kopplung
9.2.3.4 Bedeutung der Energieeffizienz
9.2.3.5 Dezentrale Energieerzeugung
9.2.3.6 Technologische Entwicklungen
9.2.3.7 Klimaschutzziele
9.2.3.8 Wettbewerb im Contracting-Markt
9.2.3.9 Preisentwicklung Energieträger
9.2.3.10 Zinsniveau
9.3 Markt und Marktentwicklung für Contracting bis 2040
9.3.1 Markttreiber und -hemmnisse
9.3.2 Contracting-Markt 2018/9
9.3.2.1 Nach Contracting-Formen
9.3.2.2 Nach Zielkundengruppen
9.3.2.3 Nach Medien
9.3.3 Marktentwicklung bis 2040
9.3.3.1 Nach Contracting-Formen
9.3.3.2 Nach Zielkundengruppen
9.3.3.3 Nach Medien
9.4 Zusammenfassung

10 Wettbewerb und Anbieter
10.1 Wettbewerbssituation im Contracting
10.1.1 Typen von Wettbewerbern
10.1.2 Strukturdaten und Marktanteile
10.1.3 Wettbewerbssituation im Gesamtmarkt
10.1.3.1 Wettbewerbssituation in ausgewählten Zielkundengruppen
10.1.3.2 Entwicklung des Images von Contracting
10.1.3.3 Alleinstellungsmerkmale
10.2 Kooperationen
10.3 Wettbewerbsintensität

11 Trends, Chancen und Risiken
11.1 Trends
11.1.1 Kundentrends
11.1.2 Wettbewerbstrends
11.1.3 Produkttrends
11.1.4 Technologietrends
11.2 Chancen und Risiken
11.2.1 Chancen und Risiken für Energieversorger
11.2.2 Chancen und Risiken für unabhängige Contractoren
11.2.3 Chancen und Risiken für Contracting-Kunden
11.2.3.1 Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen
11.2.3.2 Industrieunternehmen
11.2.3.3 Kommunen/öffentliche Einrichtungen
11.2.3.4 Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

12 Strategien
12.1 Strategiedefinition
12.2 Strategieoptionen unterschiedlicher Anbietertypen
12.2.1 Strategieoptionen für unabhängige Contractoren
12.2.2 Strategieoptionen für Energieversorger
12.2.3 Strategieoptionen für weitere Anbieter
12.3 Branchenspezifische Strategieoptionen
12.3.1 Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen
12.3.2 Industrieunternehmen
12.3.3 Kommunen/öffentliche Einrichtungen
12.3.4 Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
12.4 Weitere strategische Ausrichtungen im Contracting
12.4.1 Aufbau und Ausbau des Dienstleistungsangebotes
12.4.2 Full-Service-Angebot
12.4.3 Partnerschaft/Kooperation

13 Anhang
13.1 Unternehmensprofile Energieversorger (Tochterunternehmen)
13.2 Unternehmensprofile unabhängiger Contractoren
13.3 Studienverzeichnis
13.4 Abbildungsverzeichnis
13.5 Tabellenverzeichnis

Die Studie wird ca. 450 Seiten umfassen. Aufgrund der laufenden Erarbeitung können sich die Inhalte noch leicht ändern.

www.trendresearch.de

per E-Mail an info@trendresearch.

oder per Post an trend:research GmbH • Parkstraße 123 • 28209 Bremen

☑ Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 23-1042-5)
»Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2040 (5. Auflage)«
zum Preis von ..... EUR 6.200,00

und ____ zusätzliche Kopien ..... (je EUR 490,00)

personalisiert auf* ____

ō Als Besteller der Studie sind wir an einer Vorstellung der Studienergebnisse im Rahmen eines persönlichen Ergebnisworkshops (siehe rechts) interessiert. ..... [Preis auf Anfrage]

ō Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis zu.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden:
ō Erhalt dieser Disposition
  ō per Post
  ō per E-Mail
ō Internet
ō Empfehlung durch
ō Presseartikel in
ō Sonstiges

* Die mit einem Stern gekennzeichneten Felder müssen ausgefüllt werden.

Vorname:* ____

Name:* ____

Funktion: ____

Unternehmen:* ____

Straße:* ____

PLZ* ____ Ort* ____

Tel./Fax:* ____

E-Mail:* ____

ō Wir sind damit einverstanden, Neuigkeiten von trend:research per E-Mail zu erhalten.

Datum ____ Unterschrift/Stempel ____

Dokument drucken

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

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.

VORTRÄGE

Für die Vorstellung der Ergebnisse seiner Studien wird trend:research regelmäßig für Konferenzen, Kongresse oder Seminare angefragt. In der Zwischenzeit sind so über 1.500 Vorträge in Deutschland, Europa und auch weltweit gehalten worden, häufig als Keynotes zum Thema Markt und/oder Wettbewerb (www.trendresearch.de). Ebenfalls übernimmt - sofern das Thema zum Fokus Ver- und Entsorgungswirtschaft passt - der Geschäftsführer des Instituts, Dirk Briese, die Moderation von Konferenzen, Seminaren oder auch Podiumsdiskussion. Veranstaltungen können auch von entsprechenden Unterlagen (z. B. Broschüren) begleitet werden. Nehmen Sie bei Interesse hierzu gerne Kontakt mit uns auf.

KONDITIONEN

Die Potenzialstudie »**Der Markt für Contracting in Deutschland bis 2040 (5. Auflage)**« kostet als Printversion (persönliches Exemplar) EUR 6.200,00. Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 490,00 zur Verfügung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsweise ist per Überweisung von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

WEITERE STUDIEN

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

→ Waste-to-energy 2050 (5. Auflage)
Januar 2023, 600 Seiten, EUR 6.400,00

→ Der Markt für Stromnetze in Deutschland bis 2040
Dezember 2022, 498 Seiten, EUR 6.900,00

→ Der Markt für Altholz in Deutschland bis 2030 (3. Auflage)
Dezember 2022, 212 Seiten, EUR 5.800,00

→ Offshore-Windenergie: Ausbauziele und Bedarfe bis 2050
November 2021, 203 Seiten, EUR 2.400,00

→ Wasserstoff im kommunalen Umfeld
Juni 2021, 215 Seiten, EUR 390,00

→ Der Markt für Submetering (6. Auflage)
Mai 2021, 397 Seiten, EUR 5.400,00

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

• trend:research GmbH • HRB 19961 AG Bremen • Parkstraße 123 • 28209 Bremen • Tel.: 0421 . 43 73 0-0 • Fax: 0421 . 43 73 • www.trendresearch.de • info@trendresearch.de • Deutsche Bank • Sparkasse Bremen • IBAN DE47 2907 0024 0239 0839 00 • IBAN DE77 2905 0101 0008 0284 09 • BIC DEUTDEDBBRE • BIC SBREDE22XXX

23-0901-663

Stand: April 2023