

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*

Wir bestellen vor dem 3. März 2023 und erhalten 10%

Als Besteller der Studie sind wir an der Teilnahme an einem Kick-off-Workshop (siehe rechts) interessiert. (Bitte beachten Sie, dass nur Anmeldungen vor Ablauf des Subskriptionsrabatts berücksichtigt werden können)[Für Studienbesteller kostenfrei]

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

Datum Unterschrift/Stempel

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.

KICK-OFF-WORKSHOP

Im telefonischen Kick-off-Workshop werden Methodik und Ziele der Studie vorgestellt und eine inhaltliche Fokussierung mit dem teilnehmenden Unternehmen diskutiert.

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. Bei Bestellung bis zum 3. März 2023 gewähren wir Ihnen einen Subskriptionsrabatt von 10%. Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s. u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ca. drei Monate nach Kick-off-Workshop/Beginn der Studie verfügbar.

WEITERE STUDIEN

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

- [Der Markt für Stromnetze in Deutschland bis 2040](#)
Dezember 2022, 498 Seiten, EUR 6.900,00
- [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



Contracting Potenzialstudie

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

Potenztiale, 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 CO₂-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 Mieterstrom-

gesetzes 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 Marktpotenztiale?
- » Wie können sich unabhängige Contractoren, Energieversorger und Stadtwerke positionieren?
- » Wie sind die Wettbewerbsstrukturen in den wichtigsten Teilmärkten?

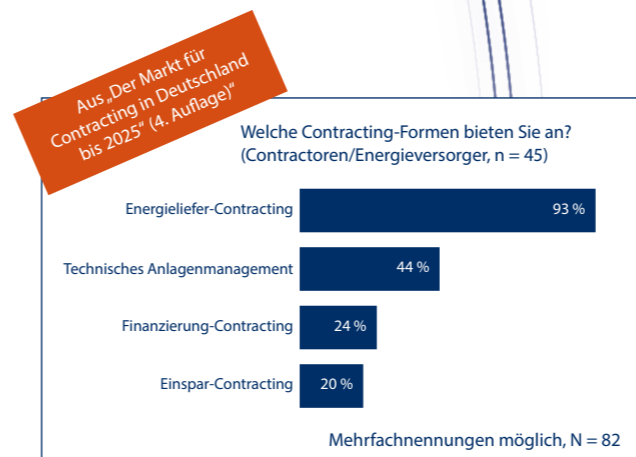


Abbildung: Angebotene Contracting-Formen der befragten Contractoren und Energieversorger

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

Gepplanter 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 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 | 3.1.4.16 | Geschäftsprozesse zur Kundenbelieferung mit Elektrizität | 4.2.1 | Nachfragerseitige Gründe für die Nutzung | 8.1.5 | Markenbildung | 10.2 | Kooperationen |
| 1.1 | Executive Summary | 3.1.4.17 | Elektrizitätssicherungsverordnung | 4.2.2 | Nachfragerseitige Gründe gegen die Nutzung | 8.1.5.1 | Grundlagen | 10.3 | Wettbewerbsintensität |
| 1.2 | Management Summary | 3.1.4.18 | Bundes-Immissionsschutzgesetz | | | 8.1.5.2 | Markenstrategien | | |
| 2 | Allgemeine Grundlagen | 3.1.4.19 | Bundes-Klimaschutzgesetz (KSG) | | | 8.1.5.3 | Markenpolitik im Contracting | 11 | Trends, Chancen und Risiken |
| 2.1 | Einleitung | 3.1.4.20 | Klimaschutz-Sofortprogramm | 5 | Anwendungsbeispiele und Fallstudien | 8.1.5.4 | Beispiele | 11.1 | Trends |
| 2.1.1 | Aufbau der Studie | 3.1.4.21 | Marktstammdatenregisterverordnung (MaStrV) | 5.1 | Übersicht | 8.2 | Zielgruppenspezifisches Marketing | 11.1.1 | Kundentrends |
| 2.1.2 | Ziele und Nutzen | 3.1.4.22 | „Osterpaket“ | 5.2 | Anwendungsbeispiele | 8.2.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen | 11.1.2 | Wettbewerbstrends |
| 2.1.3 | Methodik | 3.1.4.23 | Gesetz zur Digitalisierung der Energiewende | 5.2.1 | Energieliefer-Contracting | 8.2.2 | Industrieunternehmen | 11.1.3 | Produktrends |
| 2.2 | Begriffsdefinitionen | 3.2 | Wirtschaftliche Rahmenbedingungen | 5.2.2 | Einspar-Contracting | 8.2.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen | 11.1.4 | Technologietrends |
| 2.2.1 | Befragtsicht: Verständnis des Begriffs „Contracting“ | 3.2.1 | Volkswirtschaftliche Kennzahlen | 5.2.3 | Finanzierungs-Contracting | 8.2.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | 11.2 | Chancen und Risiken |
| 2.2.2 | Contracting | 3.2.2 | Energiekrise | 5.2.4 | Technisches Anlagenmanagement | 8.3 | Leistungs- und Produktgestaltung | 11.2.1 | Chancen und Risiken für Energieversorger |
| 2.2.2.1 | Einspar-Contracting | 3.2.3 | Ukrainekrieg | 5.2.5 | Weitere Contracting-Formen | 8.4 | Bewertung und Lösungsansätze | 11.2.2 | Chancen und Risiken für unabhängige Contractoren |
| 2.2.2.2 | Energieliefer-Contracting | 3.2.4 | Rezession | 5.3 | Fallstudien im Bereich Contracting | | | 11.2.3 | Chancen und Risiken für Contracting-Kunden |
| 2.2.2.3 | Finanzierungs-Contracting | 3.2.5 | Fachkräftemangel | 5.3.1 | Gewerbe, Handel und Dienstleistungen | 9 | Markt und Marktentwicklung für Contracting bis 2040 | 11.2.3.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen |
| 2.2.2.4 | Betriebsführungscontracting | 3.2.6 | Bruttoinlandsprodukt | 5.3.2 | Industrieunternehmen | 9.1 | Einleitung: Erläuterungen zur Methodik | 11.2.3.2 | Industrieunternehmen |
| 2.2.3 | Energiedienstleistungen (EDL) | 3.2.7 | Inflation | 5.3.3 | Kommunen/ öffentliche Einrichtungen | 9.1.1 | Zielsetzung | 11.2.3.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen |
| 2.2.4 | Mieterstrom | 3.2.8 | Produktionsindex | 5.3.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | 9.1.2 | Methodik | 11.2.3.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft |
| 2.2.5 | Eigenversorgung | 3.2.9 | Außenhandel | | | 9.2 | Grundannahmen und Prämissen | | |
| 2.2.6 | Energieeffizienz/energetische Sanierung | 3.2.10 | Strompreise | 6 | Neue Geschäfts- und Vertragsmodelle | 9.2.1 | Übersicht | 12 | Strategien |
| 2.2.7 | Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) | 3.2.11 | Erdgas | 6.1 | Übersicht | 9.2.2 | Annahmen für alle Szenarien (Basisprämissen) | 12.1 | Strategiedefinition |
| 2.2.8 | Kleinanlagen-Contracting | 3.2.12 | Ölpreis | 6.2 | Contracting in Kombination mit weiteren Energiedienstleistungen | 9.2.2.1 | Konjunktorentwicklung | 12.2 | Strategieoptionen unterschiedlicher Anbietertypen |
| 3 | Rahmenbedingungen | 3.2.13 | CO2-Emissionshandel | 6.3 | Mieterstrommodell | 9.2.2.2 | Strompreisentwicklung | 12.2.1 | Strategieoptionen für unabhängige Contractoren |
| 3.1 | Rechtliche Rahmenbedingungen | 3.2.14 | Baugewerbe | 6.4 | Angebot unterschiedlicher Medien | 9.2.3 | Szenariospezifische Prämissen | 12.2.2 | Strategieoptionen für Energieversorger |
| 3.1.1 | Übersicht | 3.3 | Gesellschaftliche Rahmenbedingungen | 6.5 | Weitere Geschäftsmodelle | 9.2.3.1 | Rechtliche Rahmenbedingungen | 12.2.3 | Strategieoptionen für weitere Anbieter |
| 3.1.2 | Wesentliche Regelungen | 3.3.1 | Demografischer Wandel | 6.6 | Alternative Finanzierungsmodelle | 9.2.3.2 | Förderung Erneuerbarer Energien | 12.3 | Branchenspezifische Strategieoptionen |
| 3.1.3 | Wesentliche Vorgaben der EU | 3.3.2 | Bevölkerungsentwicklung | 6.7 | Chancen/Risiken - Vergleich der neuen Geschäftsmodelle | 9.2.3.3 | Bedeutung der Energieeffizienz | 12.3.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen |
| 3.1.3.1 | Elektrizitätsbinnenmarktverordnung | 3.3.3 | Konsumverhalten | 7 | Handlungsfeld Vertrieb | 9.2.3.4 | Dezentrale Energieerzeugung | 12.3.2 | Industrieunternehmen |
| 3.1.3.2 | Energiesteuerrichtlinie | 3.3.4 | Energiewirtschaftliche Strukturen | 7.1 | Problemanalyse Contracting-Vertrieb | 9.2.3.5 | Technologische Entwicklungen | 12.3.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen |
| 3.1.3.3 | Energy Efficiency Directive (EED) | 3.3.5.1 | Markt- und Preisentwicklung fossiler Energieträger | 7.1.1 | ... nach Anbieterart | 9.2.3.6 | Klimaschutzziele | 12.3.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft |
| 3.1.3.4 | Erneuerbare-Energien-Richtlinie | 3.3.5.2 | Entwicklung im Kraftwerksmarkt | 7.1.2 | ... nach Zielkundengruppe | 9.2.3.7 | Wettbewerb im Contracting-Markt | 12.4 | Weitere strategische Ausrichtungen im Contracting |
| 3.1.3.5 | EU-Paket "Saubere Energie für alle Europäer" | 3.3.5.3 | Marktentwicklung Erneuerbarer Energien | 7.1.3 | ... nach Wertschöpfungsstufe | 9.2.3.8 | Preisentwicklung Energieträger | 12.4.1 | Aufbau und Ausbau des Dienstleistungsangebotes |
| 3.1.3.6 | EU-Richtlinie zu Vorschriften für den Elektrizitätsbinnenmarkt | 3.3.5.4 | Fernwärmemarkt | 7.1.4 | Vergleichbarkeit der Kosten | 9.2.3.9 | Zinsniveau | 12.4.2 | Full-Service-Angebot |
| 3.1.3.7 | Green Deal | | | 7.2 | Vertriebsorganisation | 9.2.3.10 | Markt und Marktentwicklung für Contracting bis 2040 | 12.4.3 | Partnerschaft/Kooperation |
| 3.1.3.8 | Verordnung über die Integrität und Transparenz des Energiegroßhandelsmarkts (REMIT) | 4 | Status quo: Kundenstruktur und aktuelle Marktsituation | 7.2.1 | Aufbauorganisation | 9.3 | Markttreiber und -hemmnisse | | |
| 3.1.4 | Übersicht nationaler Rahmenbedingungen | 4.1 | Zielkundengruppen | 7.2.2 | Ablauforganisation | 9.3.1 | Contracting-Markt 2018/9 | | |
| 3.1.4.1 | Grünbuch Energieeffizienz | 4.1.1 | Gewerbe-/Handel- und Dienstleistungsunternehmen (z. B. Krankenhäuser, Pflegeeinrichtungen, Hotels) | 7.2.3 | Vertriebswege | 9.3.2.1 | Nach Contracting-Formen | | |
| 3.1.4.2 | Impulspapier „Strom 2040“ | 4.1.1.1 | Kundenstruktur | 7.3 | Vertriebsprozesse | 9.3.2.2 | Nach Zielkundengruppen | | |
| 3.1.4.3 | Stromsteuergesetz (StromStG) | 4.1.1.2 | Marktsituation | 7.4 | Kombination mit anderen Produkten und Dienstleistungen | 9.3.2.3 | Nach Medien | | |
| 3.1.4.4 | Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) | 4.1.2 | Industrieunternehmen | 7.5 | Vertriebsprozesse | 9.3.3 | Marktentwicklung bis 2040 | | |
| 3.1.4.5 | Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEWärmeG) | 4.1.2.1 | Kundenstruktur | 7.5.1 | Energiedienstleistungen | 9.3.3.1 | Nach Contracting-Formen | | |
| 3.1.4.6 | Erneuerbare-Energien-Wärme-gesetz (EEWärmeG) | 4.1.2.2 | Marktsituation | 7.5.2 | Smart Metering | 9.3.3.2 | Nach Zielkundengruppen | | |
| 3.1.4.7 | Gebäudeenergiegesetz (GEG) | 4.1.3 | Kommunen/öffentliche Einrichtungen | 7.5.3 | Smart Home/Building | 9.3.3.3 | Nach Medien | | |
| 3.1.4.8 | Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz | 4.1.3.1 | Kundenstruktur | 7.6 | Elektromobilität | 9.4 | Zusammenfassung | 13 | Anhang |
| 3.1.4.9 | Mietrecht | 4.1.3.2 | Marktsituation | 7.7 | Vertriebscontrolling | 10 | Wettbewerb und Anbieter | 13.1 | Unternehmensprofile Energieversorger (Tochterunternehmen) |
| 3.1.4.10 | Stromnetzentgeltverordnung | 4.1.4 | Wohnungs- und Immobilienwirtschaft | | Bewertung der Contracting-Formen und Lösungsansätze | 10.1 | Wettbewerbssituation im Contracting | 13.2 | Unternehmensprofile unabhängige Contractoren |
| 3.1.4.11 | Stromnetzzugangsverordnung | 4.1.4.1 | Kundenstruktur | 8 | Handlungsfeld Marketing | 10.1.1 | Typen von Wettbewerbern | 13.3 | Abbildungsverzeichnis |
| 3.1.4.12 | Stromgrundversorgungsverordnung (StromGGV) | 4.1.4.2 | Marktsituation | 8.1 | Allgemeine Marketingmaßnahmen | 10.1.2 | Strukturdaten und Marktanteile | 13.4 | Tabellenverzeichnis |
| 3.1.4.13 | Gasnetzzugangsverordnung | 4.2 | Nachfragerseitige Gründe für/ gegen Contracting (aus Anbieter-sicht) | 8.1.1 | Status quo und Entwicklung | 10.1.3 | Wettbewerbssituation im Gesamtmarkt | | |
| 3.1.4.14 | Anreizregulierungsverordnung | | | 8.1.2 | Öffentlichkeitsarbeit | 10.1.3.1 | Wettbewerbssituation in ausgewählten Zielkundengruppen | | |
| 3.1.4.15 | Ausgleichs- und Bilanzierungsregeln (MaBis) | | | 8.1.3 | Werbung | 10.1.3.2 | Entwicklung des Images von Contracting | | |
| | | | | 8.1.4 | Mitgliedschaft in Verbänden | 10.1.3.3 | Alleinstellungsmerkmale | | |

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