

# BRANCHENMONITOR ENERGIEEFFIZIENZ

## 2015



## VORWORTE



Carsten Müller

„Die Steigerung der Energieeffizienz kann nicht nur zur Erreichung der Ziele des energiepolitischen Dreiecks beitragen, sie bietet für innovative Unternehmen auch Markt- und Renditechancen“. Diese Feststellung aus dem Nationalen Aktionsplan Energieeffizienz (NAPE) vom Dezember letzten Jahres wird durch den vorliegenden Branchenmonitor Energieeffizienz 2015 erneut bestätigt: 75 % der für die diesjährige Ausgabe des Branchenmonitors befragten Unternehmen geben an, das Geschäftsfeld Energieeffizienz in Deutschland weiter ausbauen zu wollen. Das Geschäft mit der Energieeffizienz lohnt sich!

Dies ist eine eindeutig positive Botschaft und mit der Umsetzung des NAPE sollen die Rahmenbedingungen für eine positive Marktentwicklung weiter verbessert werden. Dass hierfür – trotz der bisher guten Entwicklung – eindeutig noch Notwendigkeit besteht, bestätigen die Aussagen der befragten Unternehmen: Verbindliche nationale und europäische Effizienzziele, Knüpfung von Energiepreisbegünstigungen für die Industrie an die Umsetzung wirtschaftlich sinnvoller Maßnahmen und ein nationaler Sanierungsfahrplan sind nur einige der politischen Baustellen, wo die Unternehmen zusätzliche Aktivität wünschen. Damit bietet der Branchenmonitor auch Anregungen für weitere politische Diskussionen. Diese wird die Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz als sektorübergreifende Stimme der Energieeffizienz anstoßen und begleiten.

Nicht zuletzt gibt der Branchenmonitor für die am Markt tätigen Energieeffizienzanbieter auch eine hilfreiche Übersicht zu Markttreibern und -trends sowie zu zentralen Attraktivitätsfaktoren wie Konkurrenz, Markteintrittsbarrieren und Fachkräfteverfügbarkeit. Der besondere Fokus des diesjährigen Branchenmonitors auf die Wahrnehmung der Investitionsmotive der Kunden durch die Anbieter liefert spannende Anhaltspunkte für weitergehende Analysen und möglicherweise Anregung für zukünftige Marktentwicklungsaktivitäten der beteiligten Unternehmen.

Wir danken an dieser Stelle ganz herzlich den Unternehmen, welche an der Umfrage teilgenommen haben. Durch die Beantwortung des Fragebogens haben diese die qualitative und quantitative Datengrundlage zur Erstellung dieses Branchenmonitors geschaffen. Außerdem bedanken wir uns für die Unterstützung des Verbandes kommunaler Unternehmen e.V. (VKU) und des Verbandes für Wärmelieferung e.V. (VfW) bei der Umfrage.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!

Carsten Müller, Vorstandsvorsitzender  
Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz e.V. (DENEFF)

Für die Energieeffizienz sind das abgelaufene und das aktuelle Jahr ganz besonders spannend. Bislang stand die Energieeffizienz politisch im Schatten des mit weitaus mehr Aufmerksamkeit und konkreten Anreizmechanismen bedachten Themas der Erneuerbaren Energien. Nicht zuletzt die steigenden Kosten des Umbaus des Versorgungssystems führten dazu, dass die Energieeffizienz im Koalitionsvertrag der Bundesregierung zur zweiten Säule der Energiewende wurde und mehr Gewicht erhalten sollte. Gleichzeitig und im Gegensatz dazu lassen sich die von der Bundesregierung im Jahr 2008 konkret formulierten Ziele der Stromverbrauchseinsparung bis 2020 um zehn Prozent respektive bis 2050 um 25 Prozent im Koalitionsvertrag der jetzigen Bundesregierung nicht mehr wiederfinden.

Dafür enthält das jüngst von der Bundesregierung novellierte Energiedienstleistungsgesetz nun die Verpflichtung für alle Unternehmen in Deutschland, die kein kleines oder mittleres Unternehmen sind, bis zum 5. Dezember 2015 und danach alle vier Jahre mindestens ein Energieaudit durchzuführen. Von der Verpflichtung befreit bleiben solche Unternehmen, die ein zertifiziertes Energiemanagementsystem oder Umweltmanagementsystem nachweisen können. Damit ist die Bestandsaufnahme von Effizienzpotentialen für Unternehmen erstmals nicht mehr nur Gegenleistung für die Rückerstattung von Strom-/Energiesteuer im Rahmen des Spitzenausgleichs und die Reduzierung der EEG-Umlage im Rahmen der Besonderen Ausgleichsregelung. Vielmehr wurde mit dieser branchen- und energieintensitätsunabhängigen Verpflichtung zu Energieaudits der Artikel 8 der EU-Richtlinie „Energy-Efficiency-Directive (EED)“ sachgerecht und mit den Mindestanforderungen umgesetzt. Nun ist es an den verpflichteten Energieverbrauchern, Energieaudits nicht als Pflichtübung zu verstehen, sondern zu überlegen, wie die Bestandsaufnahme von Effizienzpotentialen aktiv zur Verbesserung der eigenen Energieeffizienz genutzt werden kann. Der Boden ist bereitet – nun kommt es insbesondere auf die Kommunikation der beteiligten Akteure an.

Unterdes bleibt weiter abzuwarten, ob mit der nationalen Umsetzung von Artikel 7 EED und dem Nationalen Aktionsplan Energieeffizienz (NAPE) die Chancen genutzt werden, der Energieeffizienz als zweiter Säule der Energiewende allgemein und im Hinblick auf alle Verbrauchergruppen mehr Gewicht zu verleihen. Umso erfreulicher ist es, dass der Energieeffizienzmarkt auch unter den bisher bestehenden Rahmenbedingungen weiter gewachsen ist und damit zur Zukunftsfähigkeit des Standorts Deutschland beiträgt.

Wir wünschen Ihnen eine spannende und erkenntnisreiche Lektüre!

Dr. Norbert Schwieters  
Partner, Global Energy, Utility & Mining Leader  
PricewaterhouseCoopers AG WPG

Dr. Volker Breisig  
Partner im Bereich Energiewirtschaft  
PricewaterhouseCoopers AG WPG



Dr. Norbert Schwieters



Dr. Volker Breisig



# INHALT

1. Zusammenfassung .....	5
2. Methodik .....	6
3. Markttrends und Implikationen.....	7
<b>3.1 Treiber für die Marktentwicklung</b> .....	7
<b>3.2 Treiber 1: Gesetzliche Entwicklungen</b> .....	8
<b>3.3 Treiber 2: Ökonomische und soziale Trends</b> .....	13
<b>3.4 Treiber 3: Technische Trends</b> .....	13
4. Die Nachfrageseite: Nachfrage nach Energieeffizienzlösungen.....	15
<b>4.1 Entwicklung des Energieverbrauchs in Deutschland</b> .....	15
<b>4.2 Endenergieverbrauch nach Sektoren</b> .....	17
<b>4.3 Kundenstruktur</b> .....	18
<b>4.4 Investitionsmotive der Endanwender</b> .....	19
5. Die Angebotsseite: Der Energieeffizienzmarkt .....	24
<b>5.1 Definition und Funktion innerhalb der Volkswirtschaft</b> .....	24
<b>5.2 Attraktivität des Energieeffizienzmarktes</b> .....	25
<b>5.3 Marktkennzahlen</b> .....	31

# 1. ZUSAMMENFASSUNG

Der vorliegende dritte Branchenmonitor Energieeffizienz 2015 der Deutschen Unternehmensinitiative Energieeffizienz e. V. (DENEFF) gibt basierend auf einer Ende 2014 durchgeführten Befragung unter 99 Anbietern von Energieeffizienzprodukten und -dienstleistungen einen Einblick in Trends, Attraktivitätsfaktoren und Herausforderungen der weiter wachsenden Energieeffizienzbranche. Der Branchenmonitor Energieeffizienz erscheint seit 2013 jährlich.

Gesetzliche Entwicklungen, ökonomische und soziale sowie technische Trends bilden die Rahmenbedingungen und Treiber des Energieeffizienzmarktes. Einen wichtigen Schwerpunkt der Befragung zum Branchenmonitor 2015 bildete die Bewertung einzelner politischer Instrumente und Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz. Große Bedeutung für ihr Geschäft messen die befragten Unternehmen einer langfristigen und strategischen politischen Planung in Form von verbindlichen nationalen und europäischen Effizienzzielen bei. Gleichzeitig identifizieren die Unternehmen großen zusätzlichen politischen Handlungsbedarf im Bereich Qualitätssicherung und Qualifizierung. Weniger als auf regulatorische Vorgaben setzen die Unternehmen dabei auf sinnvolle Investitionsanreize. Die Entwicklung der Energiepreise sowie das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Kunden sind aus Perspektive der befragten Unternehmen auch weiterhin wesentliche Treiber. Im technischen Bereich sehen die befragten Unternehmen insbesondere die intelligente und bedarfsgerechte Steuerung von energieverbrauchenden Anlagen als zentralen Trend, in diesem Bereich jedoch gleichzeitig auch noch hohen Forschungs- und Entwicklungsbedarf.

Die Motivationsstrukturen der Endanwender und deren Bedeutung für die Vermarktung von Energieeffizienzprodukten und -dienstleistungen bildeten einen weiteren Schwerpunkt der Befragung. Neben dem dominierenden Motiv der Kosteneinsparung erachten die befragten Marktteilnehmer unter anderem die Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, die Imageverbesserung beim Kunden sowie die Reduzierung von Wartungsaufwand und Ausfallzeiten als wesentliche Investitionsmotive ihrer Kunden. Diese Motive bieten wichtige Argumente bei der Vermarktung der Produkte und Dienstleistungen der Anbieter. Gleichzeitig ergab die Befragung jedoch auch, dass die Unternehmen kaum regelmäßige, systematische und tiefergehende Marktforschung betreiben, um die Motivationsstrukturen ihrer Kunden zu ermitteln.

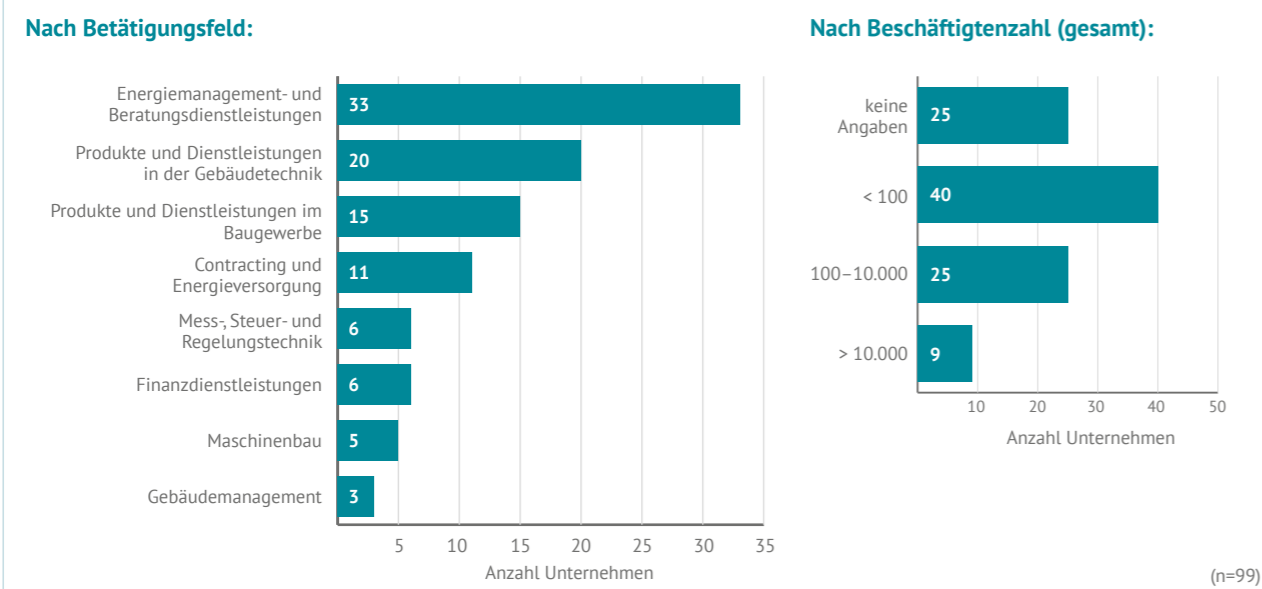
Fast die Hälfte der befragten Unternehmen geben an, dass sich das Geschäftsfeld Energieeffizienz als selbständiges Geschäftsfeld lohnt. Für die übrigen Unternehmen wirkt sich das Geschäft mit der Energieeffizienz positiv auf andere Unternehmensbereiche aus oder sie rechnen mit positiven Renditen in den Folgejahren. Diese Bewertung spiegelt sich auch in den steigenden Umsatz- und Mitarbeiterzahlen der befragten Unternehmen sowie in der überwiegend mit „mittel“ bis „gut“ bewerteten Marktstimmung wider. Auch die Verfügbarkeit von Fachkräften wird teilweise positiver betrachtet als in den Vorjahren. Als zukünftige Kernprobleme am Markt sehen die Befragten in erster Linie die geringe Bereitschaft der Kunden, für hochwertige Produkte und Dienstleistungen ausreichend zu zahlen sowie, trotz der Verabschiedung des Nationalen Aktionsplanes Energieeffizienz im Dezember 2014, weiterhin auch die Unsicherheit über politische Rahmenbedingung.

Zwar ist mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen mit ihren Produkten und Dienstleistungen auf den internationalen Märkten vertreten, der mit Abstand größte Teil des Umsatzes wird jedoch auf dem deutschen Markt erwirtschaftet. Der nationale Markt stellt für die befragten Unternehmen gleichzeitig auch den Kernbereich für einen weiteren Ausbau des Geschäftsfeldes Energieeffizienz dar. 75 % der befragten Marktteilnehmer beabsichtigen, ihre Aktivitäten im Geschäftsfeld Energieeffizienz in Deutschland weiter auszubauen.

## 2. METHODIK

Die Methodik des dritten Branchenmonitors orientiert sich im Wesentlichen an der bereits in den ersten Branchenmonitoren angewandten Methodik. Der Branchenmonitor basiert auf der Auswertung einer Unternehmensbefragung. Die Befragung erfolgte wie auch in den vergangenen Jahren anhand eines standardisierten Fragebogens. Dabei wurde der Fragebogen gegenüber dem Vorjahr leicht angepasst und es wurden gezielt thematische Schwerpunkte gesetzt. Die Stichprobe setzt sich in 2015 aus 99 Datensätzen von Unternehmen aller Größenordnungen aus den unterschiedlichen Betätigungsfeldern der Energieeffizienzwirtschaft zusammen (vgl. Abbildung 1). Bei 65 % der befragten Unternehmen liegt der Fokus auf dem Angebot von Dienstleistungen, bei rund 35 % auf dem Angebot von Produkten. Die Befragung wurde im Zeitraum von November 2014 bis Dezember 2014 von der DENEFF durchgeführt und durch die PricewaterhouseCoopers AG WPG (PwC) ausgewertet. In der Auswertung wurden die in Abbildung 1 dargestellten Betätigungsfelder gleichberechtigt gewichtet, um Verzerrungen aufgrund unterschiedlicher Antworthäufigkeiten in den verschiedenen Betätigungsfeldern zu vermeiden.

Abbildung 1:  
Zusammensetzung der Unternehmen in der Stichprobe der DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“



Quelle: DENEFF-Befragung  
„Branchenmonitor 2015“

## 3. MARKTTRENDS UND IMPLIKATIONEN

### 3.1 TREIBER FÜR DIE MARKTENTWICKLUNG

Wie auch in anderen Märkten, sind verschiedene Rahmenbedingungen entscheidend für die Entwicklung des Energieeffizienzmarktes. Änderungen dieser Rahmenbedingungen tragen zum Beispiel dazu bei, dass neue Verbraucherbedürfnisse entstehen, Markt(eintritts)barrieren entfallen oder entstehen und neue technische Lösungen angeboten werden können. Eine möglichst frühe Antizipation solcher Änderungen durch die Beobachtung der unterschiedlichen Treiber ist für die am Markt agierenden Unternehmen zentral. Wie auch in den Branchenmonitoren 2013 und 2014 wird hier zwischen folgenden drei Treibern unterschieden:

#### Treiber 1: Gesetzliche Entwicklungen

Regulatorische Rahmenbedingungen sind notwendig, um Investitionssicherheit für Anbieter und Verbraucher zu schaffen und Marktbarrieren aufzulösen. So ist ein staatlicher Eingriff gerechtfertigt, wenn er individuelles (Investitions-)Verhalten zu Gunsten des volkswirtschaftlichen Gemeinwohls lenkt. Von Seiten des Staates gewährleistete Markttransparenz, Qualitätsstandards und Fachkräfteverfügbarkeit erhöhen die Attraktivität des Marktes für Anbieter und Nachfrager.

#### Treiber 2: Ökonomische und soziale Trends

Ökonomische und soziale Trends beeinflussen den Energieeffizienzmarkt dahingehend, dass in ihnen die Motive der Verbraucher zur Teilnahme am Energieeffizienzmarkt zusammengefasst werden und sich daraus auch die heutigen und zukünftigen Bedürfnisse der Verbraucher ergeben. Je eher und besser ein Unternehmen in der Lage ist, diese Bedürfnisse zu adressieren und zu befriedigen, desto höher sind die Chancen auf Erfolg am Markt.

#### Treiber 3: Technische Trends

Technische Trends, bzw. der technische Fortschritt im Allgemeinen, bedingen einen stetigen Strukturwandel auf dem Markt für Energieeffizienz. Die Haupterscheinungsformen sind dabei Automatisierung und Rationalisierung. Innovationen im Technikbereich sind im Vergleich zu Innovationen im Dienstleistungsbereich generell schwieriger zu imitieren und bieten dadurch die Chance zur nachhaltigen Stärkung der Wettbewerbsposition einerseits und die Möglichkeit zum Markteintritt andererseits.

## 3.2 TREIBER 1: GESETZLICHE ENTWICKLUNGEN

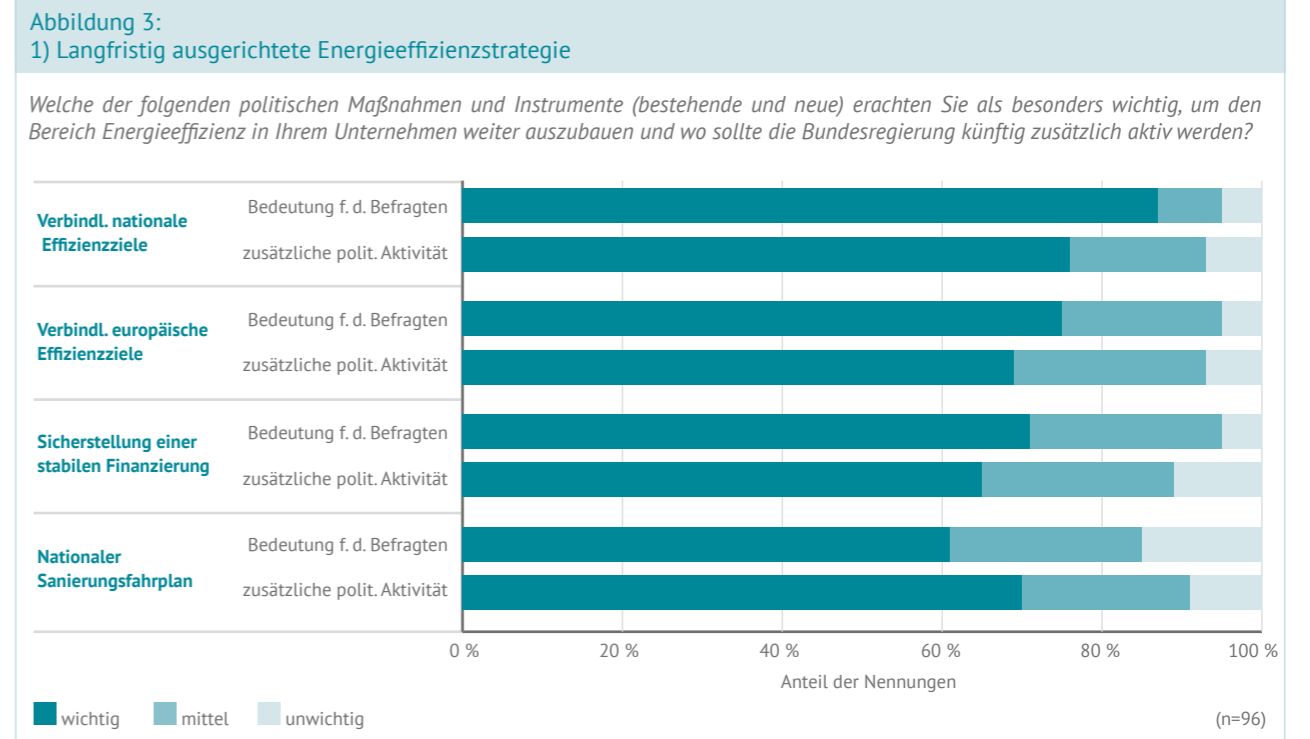
Einen wichtigen Schwerpunkt der Befragung zum Branchenmonitor 2015 bildete die Bewertung einzelner politischer Instrumente und Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz. Die Teilnehmer wurden einerseits nach der Bedeutung bestehender und auch neuer politischer Maßnahmen und Instrumente für den Ausbau des Bereichs Energieeffizienz in ihrem Unternehmen gefragt. Gleichzeitig wurde eine Einschätzung der Unternehmen abgefragt, in welchen dieser Bereiche zusätzliche Aktivität der Bundesregierung notwendig sei.

In Abbildung 2 sind die Ergebnisse für fünf übergeordnete Bereiche zusammengefasst. Große Bedeutung messen 74 % der befragten Unternehmen einer langfristigen und strategischen politischen Planung bei. Gleichzeitig erachten auch 70 % der Unternehmen hier zusätzliche politische Aktivität als notwendig. An zweiter Stelle rangieren Maßnahmen im Bereich Qualitätssicherung und Qualifizierung. Instrumenten in diesem Bereich messen 63 % der befragten Unternehmen große Bedeutung bei. 55 % der Unternehmen wünschen hier zusätzliche politische Anstrengungen. Investitionsanreize erachten 57 % der Unternehmen als wichtig und 55 % fordern hier zusätzliche Maßnahmen. An letzter Stelle rangieren der regulatorische Rechtsrahmen als auch Maßnahmen im Bereich Information und Kommunikation. Diesen Bereichen messen die Unternehmen die schwächste Bedeutung für den Ausbau ihres Geschäftsbereiches Energieeffizienz bei und sehen hier auch den geringsten zusätzlichen politischen Handlungsbedarf.

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“, aggregierte Antworten



In der Detailbetrachtung der aggregierten Bereiche hebt sich in der Kategorie 1 „Langfristig ausgerichtete Energieeffizienzstrategie“ insbesondere die große Bedeutung verbindlicher nationaler Effizienzziele für 88 % der Unternehmen ab (Abbildung 3). In diesem Bereich sieht auch der größte Anteil der Unternehmen besondere Notwendigkeit zusätzlicher politischer Aktivität. Verbindliche europäische Effizienzziele rangieren an zweiter Stelle. Insgesamt kann die auch in der Gesamtbetrachtung in Abbildung 2 deutlich werdende große Bedeutung einer langfristig ausgerichteten politischen Effizienzstrategie für die Unternehmen als Ausdruck eines starken Bedürfnisses nach langfristiger Planungs- und Investitionssicherheit für ihr Geschäft gewertet werden.

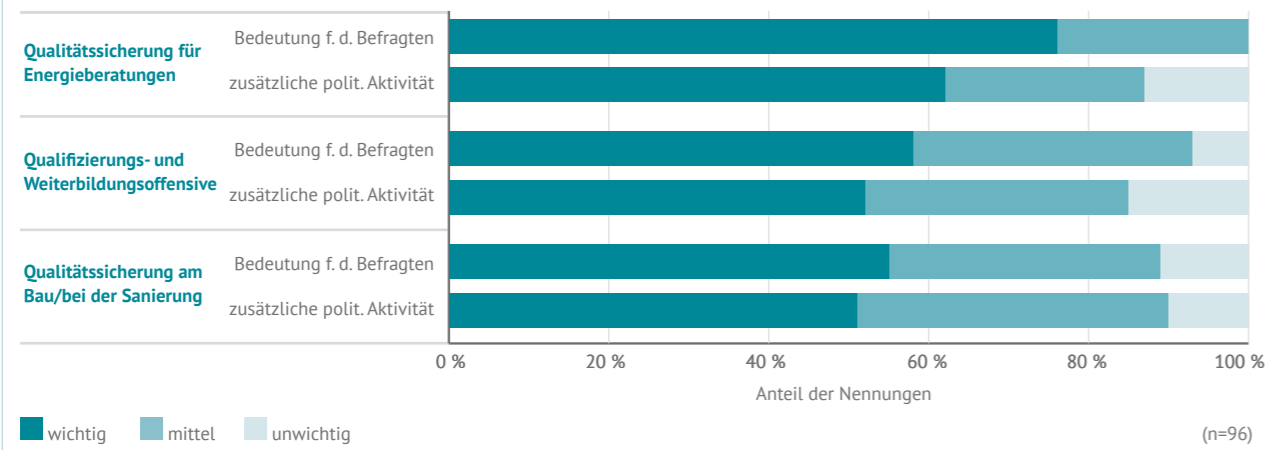


Der in der Gesamtbetrachtung (Abbildung 2) an zweiter Stelle rangierende Bereich „Qualitätssicherung und Qualifizierung“ setzt sich in der Detailbetrachtung aus drei Maßnahmen zusammen (Abbildung 4). 76 % der Unternehmen messen Instrumenten zur Qualitätssicherung für Energieberatungen große Bedeutung bei und 62 % sehen hier eine Notwendigkeit zusätzlicher politischer Aktivität. Die beiden anderen in dieser Rubrik genannten Maßnahmen „Qualifizierungs- und Weiterbildungsoffensive“ sowie „Qualitätssicherung am Bau und bei der Sanierung“ sind jedoch auch für fast 60 % der Unternehmen wichtige politische Maßnahmen, um den Bereich Energieeffizienz weiter ausbauen zu können. Fast ebenso viele Unternehmen sehen hier auch die Notwendigkeit zusätzlicher politischer Aktivität. Grundsätzlich kann die starke Gewichtung dieses Politikbereiches durch die Unternehmen einerseits als Hinweis auf die Problematik gewertet werden, dass insbesondere im Energieberatungsgeschäft, bedingt durch unscharfe Abgrenzung der Beratungsprodukte und unzureichende Transparenz für den Kunden, kein Qualitätswettbewerb entstehen kann. Gleichzeitig kommt hier jedoch auch zum Ausdruck, dass die Unternehmen am Arbeitsmarkt für Fachkräfte noch ein Qualifizierungsdefizit sehen.

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Abbildung 4:  
2) Qualitätssicherung und Qualifizierung

Welche der folgenden politischen Maßnahmen und Instrumente (bestehende und neue) erachten Sie als besonders wichtig, um den Bereich Energieeffizienz in Ihrem Unternehmen weiter auszubauen und wo sollte die Bundesregierung künftig zusätzlich aktiv werden?



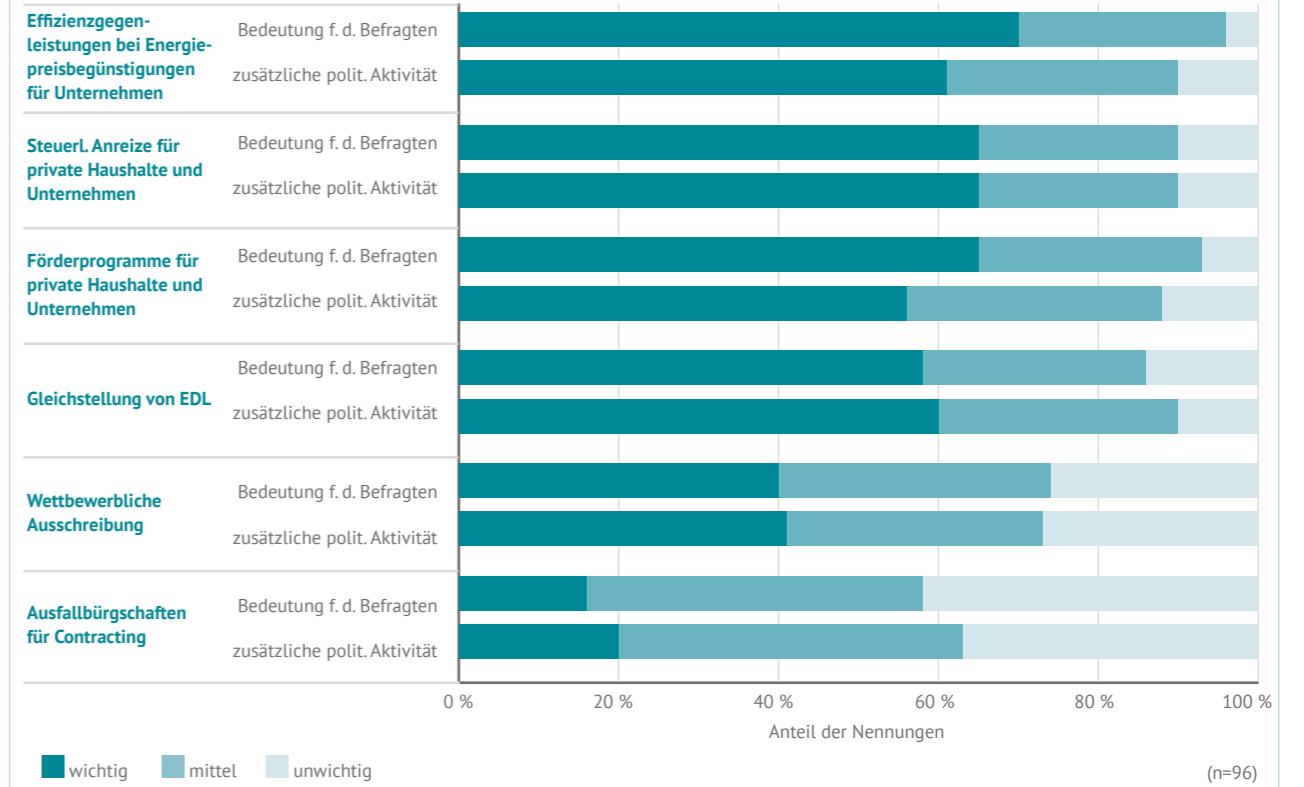
Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Im Bereich der Investitionsanreize (Abbildung 5) hebt sich die starke Unterstützung der Unternehmen für die Knüpfung von Energiepreisbegünstigungen an die Einführung von Energiemanagementsystemen und anschließende Umsetzung wirtschaftlich sinnvoller Energieeffizienzmaßnahmen ab. Eine solche hätte für 70 % der Unternehmen große Bedeutung und 61 % erachten zusätzliche politische Aktivitäten hier als wichtig. An zweiter Stelle rangieren, fast gleichrangig mit Förderprogrammen, Steueranreize, d. h. sowohl Sonderabschreibungen für Energieeffizienzinvestitionen in Unternehmen als auch Steueranreize bei der Gebäudesanierung für private Eigentümer. Hier sehen 65 % der befragten Unternehmen sowohl große Bedeutung für ihr Geschäft als auch die Notwendigkeit zusätzlicher politischer Aktivität. Diese Einschätzung kann dahingehend interpretiert werden, dass klassische Förderprogramme alleine als nicht ausreichend erachtet werden, um alle Zielgruppen hinreichend zu aktivieren und die Kombination dieser beiden Förderansätze als sinnvoll eingeschätzt wird. Ein weiteres wichtiges Handlungsfeld für zusätzliche politische Aktivität stellt aus Sicht der befragten Unternehmen die Gleichstellung von Energiedienstleistungsunternehmen dar (Gewährung von steuerlichen Begünstigungen bei Energie- und Stromsteuer und direkte Gleichstellung gegenüber Lösungen in Eigenregie). Die auch im Nationalen Aktionsplan Energieeffizienz<sup>1</sup> als unmittelbar anzustoßende „Sofortmaßnahmen“ aufgeführten Instrumente „Wettbewerbliche Ausschreibungen für Energieeffizienz“ und „Staatliche Ausfallbürgschaften für Contracting-Projekte“ rangieren in der Bewertung der Unternehmen am unteren Ende. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass diese Instrumente und insbesondere ihre genaue Ausgestaltung den befragten Unternehmen noch nicht hinreichend bekannt sind und die Mittelausstattung zumindest nach derzeitigem Planungsstand im ersten Schritt gering sein wird. Die geplante Durchführung erster Piloten und die tatsächlichen Auswirkungen auf die Unternehmen bleiben daher abzuwarten.

<sup>1</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): Ein gutes Stück Arbeit. Mehr aus Energie machen. Nationaler Aktionsplan Energieeffizienz, Dezember 2014

Abbildung 5:  
3) Investitionsanreize

Welche der folgenden politischen Maßnahmen und Instrumente (bestehende und neue) erachten Sie als besonders wichtig, um den Bereich Energieeffizienz in Ihrem Unternehmen weiter auszubauen und wo sollte die Bundesregierung künftig zusätzlich aktiv werden?



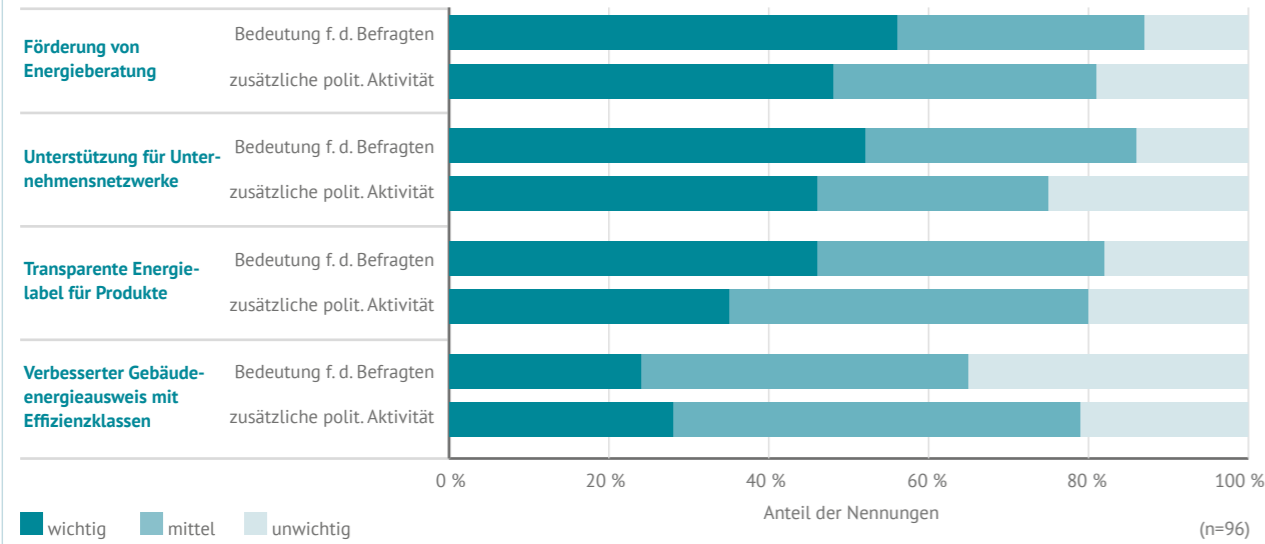
In der Detailbetrachtung zu den Instrumenten der Information und Kommunikation (Abbildung 6) wird deutlich, dass über 50 % der Unternehmen der Förderung von Energieberatungen sowie von Unternehmensnetzwerken große Bedeutung beimessen. Während transparente Energielabel für Produkte zwar für fast 50 % der befragten Unternehmen große Bedeutung haben, sehen nur 36 % der Unternehmen hier auch zusätzlichen politischen Handlungsbedarf. Ein anderes Ergebnis zeichnet sich für die Maßnahme „verbesserter Gebäudeenergieausweis mit Effizienzklassen“ ab. Hier sehen rund 24 % der befragten Unternehmen große Bedeutung für ihr Geschäft, jedoch 29 % zusätzlichen politischen Handlungsbedarf.

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“, aggregierte Antworten



Abbildung 6: 4) Information und Kommunikation

Welche der folgenden politischen Maßnahmen und Instrumente (bestehende und neue) erachten Sie als besonders wichtig, um den Bereich Energieeffizienz in Ihrem Unternehmen weiter auszubauen und wo sollte die Bundesregierung künftig zusätzlich aktiv werden?



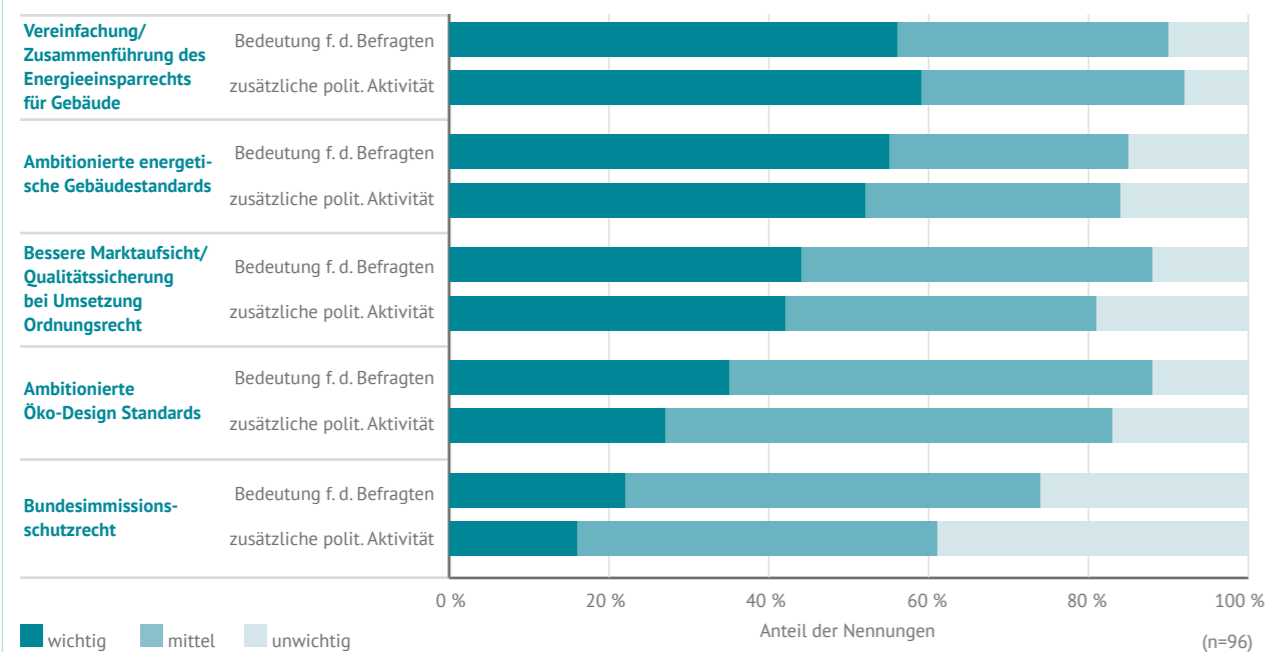
Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Im Bereich des regulatorischen Rahmens (Abbildung 7) erachten knapp 60 % der Befragten zusätzliche politische Maßnahmen zur Vereinfachung und Zusammenführung des Energieeinsparrechts für Gebäude<sup>2</sup> als wichtig. Gleichzeitig messen auch 56 % der Befragten diesem Aspekt große Bedeutung für ihr Unternehmen bei. Ambitionierte Mindeststandards für energierelevante Produkte sind zwar für 35 % der befragten Unternehmen wichtig, jedoch sehen nur 28 % hier eine Notwendigkeit zusätzlichen politischen Handelns.

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Abbildung 7: 5) Regulatorischer Rechtsrahmen

Welche der folgenden politischen Maßnahmen und Instrumente (bestehende und neue) erachten Sie als besonders wichtig, um den Bereich Energieeffizienz in Ihrem Unternehmen weiter auszubauen und wo sollte die Bundesregierung künftig zusätzlich aktiv werden?



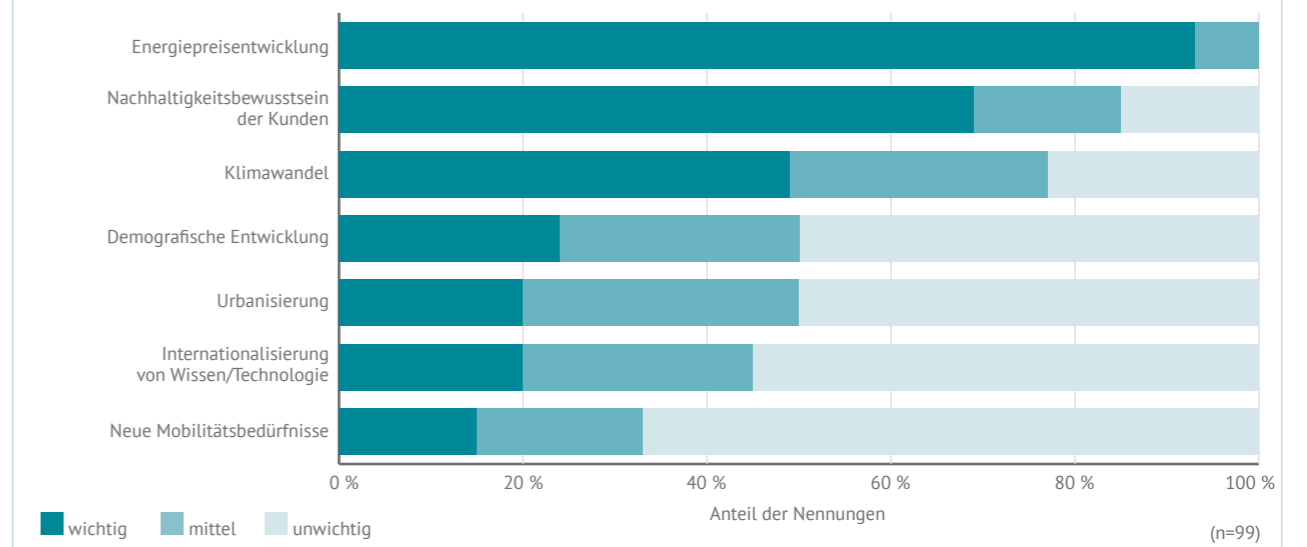
<sup>2</sup> EnEV – Energieeinsparverordnung, EnEG – Energieeinspargesetz, EEWärmeG – Gesetz zur Förderung Erneuerbarer Energien im Wärmebereich

### 3.3 TREIBER 2: ÖKONOMISCHE UND SOZIALE TRENDS

Wie auch im letzten Branchenmonitor wird die Entwicklung der Energiepreise von den befragten Marktteilnehmern als zentraler Treiber für den Energieeffizienzmarkt wahrgenommen. Die Energiepreise bestimmen wesentlich die Wirtschaftlichkeit von Energieeffizienzinvestitionen. Dies bedeutet auch, dass sinkende Energiepreise zu kurzfristiger Investitionsrückhaltung führen können. So sorgte beispielsweise der Ölpreissturz Ende 2014 in der Energieeffizienzbranche für Unruhe. Im mittel- bis langfristigen Trend erwartet der Markt jedoch kein andauernd niedriges Niveau bei den Energiepreisen für Öl und Gas. Weiterhin werden, ebenso wie in den letzten Jahren, das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Kunden sowie der Klimawandel von den Unternehmen im Vergleich häufig als wesentliche Treiber genannt.

Abbildung 8: Bedeutung ökonomischer und sozialer Trends für den Energieeffizienzmarkt

Welches sind die wesentlichen ökonomischen, sozialen und ökologischen Trends, die Ihrem Unternehmen helfen, den Bereich Energieeffizienz weiter auszubauen?



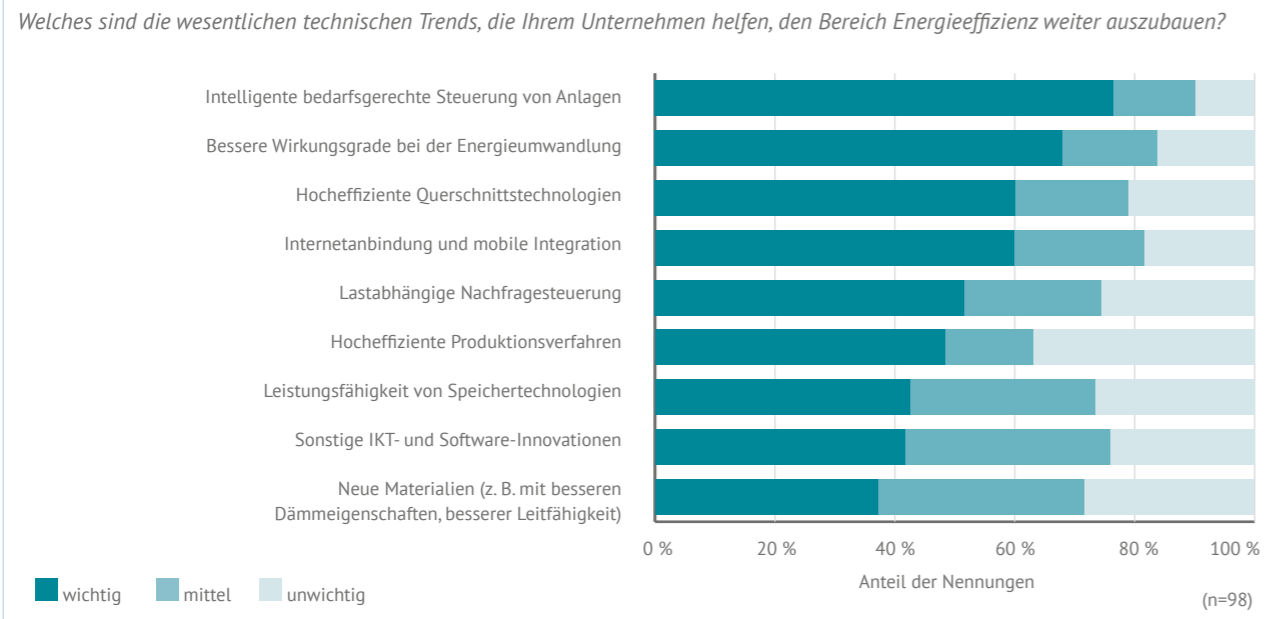
Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

### 3.4 TREIBER 3: TECHNISCHE TRENDS

Technische Entwicklungen ermöglichen es den Anbietern von Energieeffizienzlösungen, die Bedürfnisse ihrer Kunden besser oder kostengünstiger zu bedienen. Wie auch in der Befragung im Vorjahr spielen aus Sicht der befragten Unternehmen weiterhin die intelligente und bedarfsgerechte Steuerung von energieverbrauchenden Anlagen eine treibende Rolle. An zweiter Stelle unter den technischen Trends rangieren bessere Wirkungsgrade bei der Energieumwandlung (z. B. hocheffiziente KWK-Systeme) gefolgt von hocheffizienten Querschnittstechnologien sowie Internetanbindung und mobile Integration.



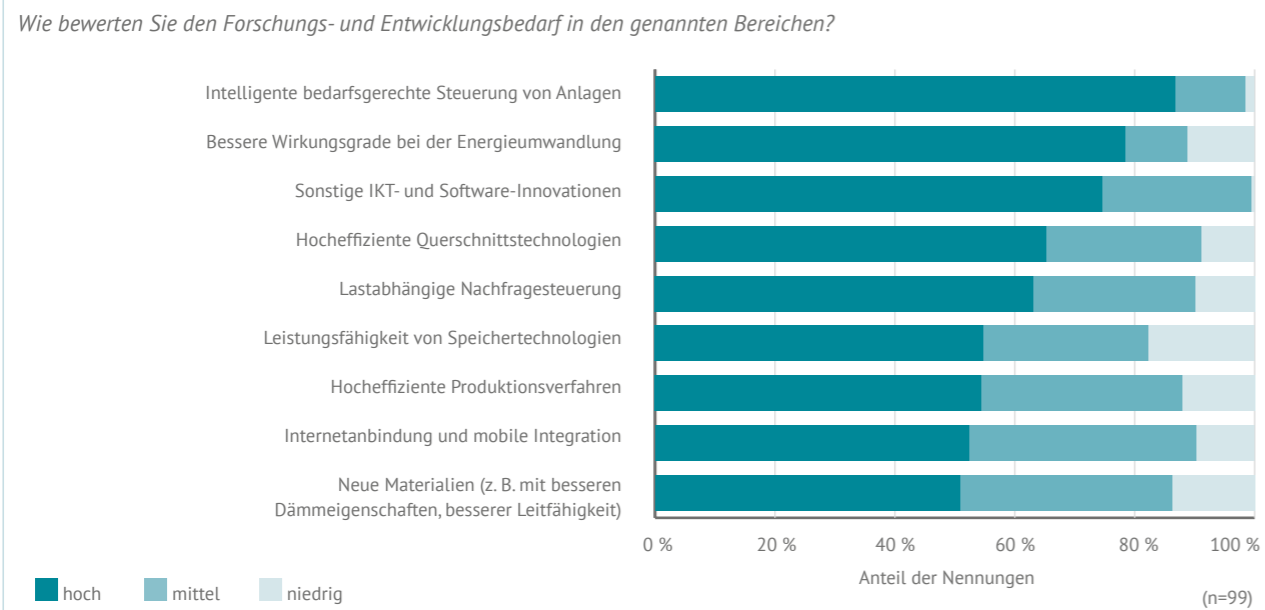
Abbildung 9: Bedeutung technischer Trends für den Energieeffizienzmarkt



Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Die befragten Branchenvertreter identifizieren überwiegend bei fast allen wesentlichen technischen Trends noch einen hohen Forschungs- und Entwicklungsbedarf (siehe Abbildung 10). Besonders hoch ist der F&E-Bedarf in den Bereichen, in denen auch die wesentlichen technischen Trends erkannt wurden.

Abbildung 10: Forschungs- und Entwicklungsbedarf in den verschiedenen Bereichen



Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

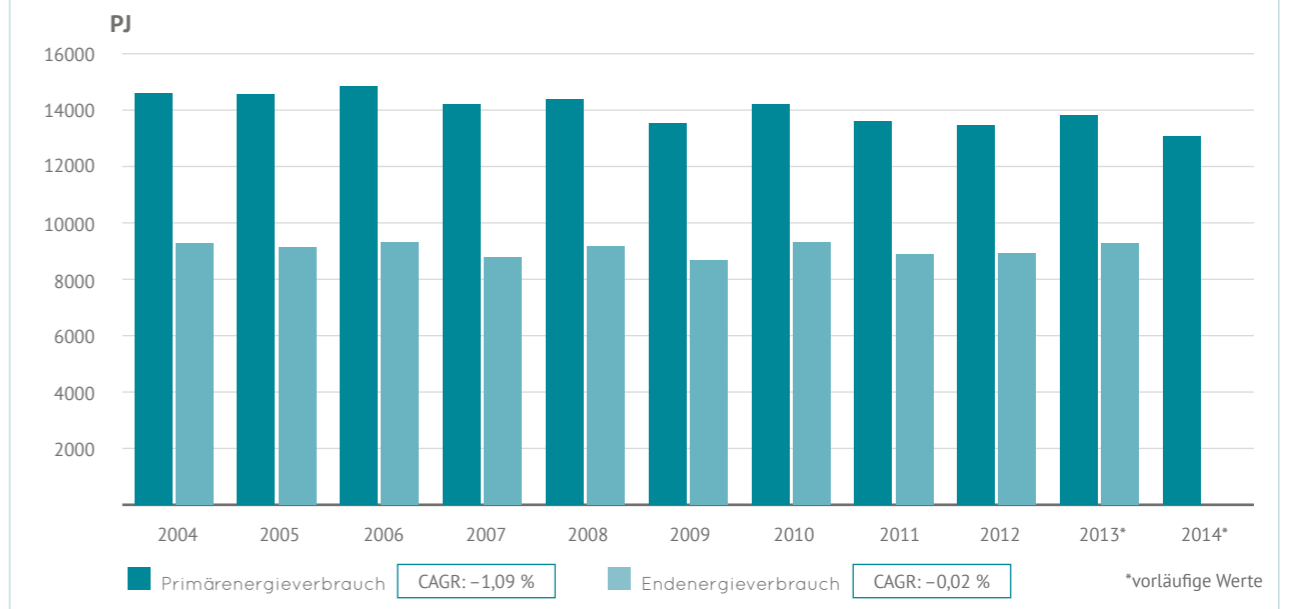
## 4. DIE NACHFRAGESEITE: NACHFRAGE NACH ENERGIEEFFIZIENZLÖSUNGEN

Dieses Kapitel betrachtet im Schwerpunkt die Motive der Kunden der befragten Marktteilnehmer, ihren Energieverbrauch zu senken und Energieeffizienzlösungen nachzufragen. Einleitend wird ein kurzer Überblick über die Entwicklung des Energieverbrauchs in Deutschland und die Verbrauchsanteile nach Sektoren gegeben.

### 4.1 ENTWICKLUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS IN DEUTSCHLAND

Bei der Analyse der Entwicklung des Energieverbrauches gilt es generell zwischen Primärenergie und Endenergie zu unterscheiden. Primärenergie umfasst die natürlich vorkommenden Energieformen wie Kohle, Gas oder Öl. Nach dem Umwandlungsprozess entsteht Sekundärenergie wie Kohlebriketts oder Kraftstoffe. Die Primär- und Sekundärenergie wird nach der Übertragung schlussendlich zu vom Verbraucher nutzbarer Endenergie wie Heizöl oder Strom.

Abbildung 11: Entwicklung des Primär- und Endenergieverbrauchs in Deutschland

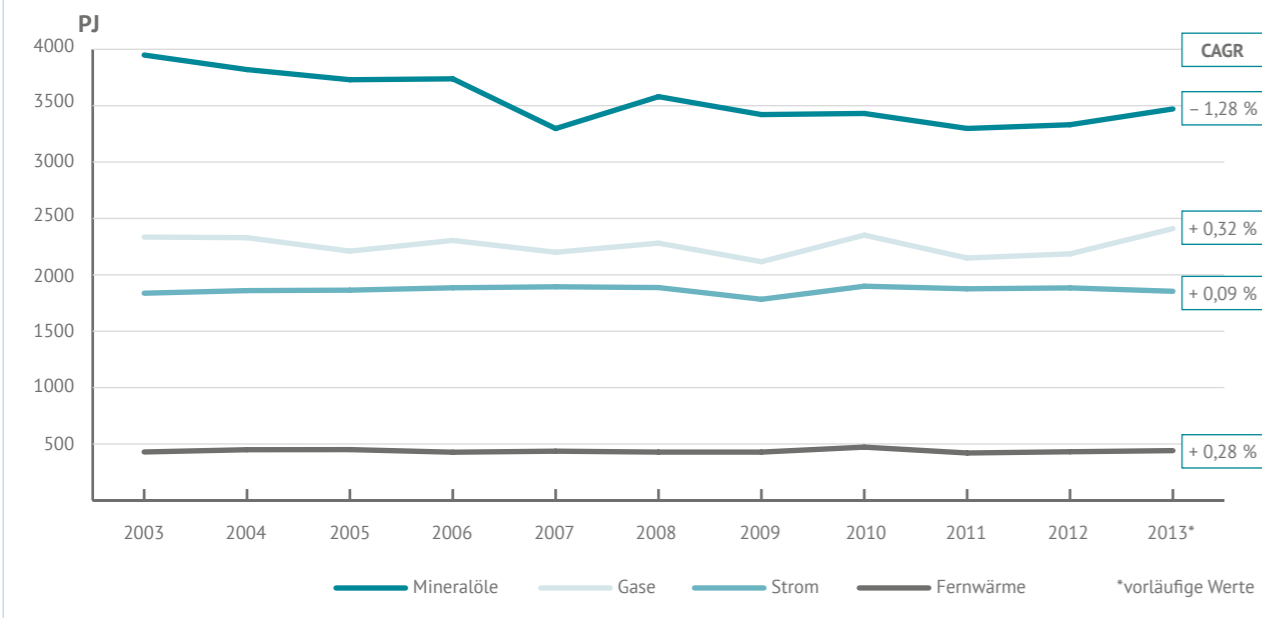


Quelle: AG Energiebilanzen (2014): Auswertungstabellen (Stand 15.09.2014) zur Energiebilanz für die Bundesrepublik Deutschland 1990 bis 2013, AG Energiebilanzen (2014): Energieverbrauch in Deutschland im Jahr 2014 (Stand: März 2014)



Insgesamt ist der Primärenergieverbrauch in Deutschland in den letzten zehn Jahren (2004 bis 2014) um 10,4 % zurückgegangen (-1,09 % jährliche Wachstumsrate (CAGR<sup>3</sup>)). Zurückgeführt werden kann dieser Rückgang auf die kontinuierliche Erneuerung des Kraftwerksparkes und damit höherer Wirkungsgrade sowie die zunehmende Nutzung der Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) und der erneuerbaren Energien. Von 2013 auf 2014 ist der Primärenergieverbrauch nach einem Anstieg 2013 wieder um 5 % gesunken. Damit erreichte der Primärenergieverbrauch den niedrigsten Stand seit der Wiedervereinigung. Der wichtigste Einflussfaktor für diese Entwicklung war die im Vergleich zu 2013 erheblich mildere Witterung.<sup>4</sup> Für den Endenergieverbrauch liegen für 2014 zu Redaktionsschluss noch keine Daten vor. Dieser ist jedoch zwischen 2004 und 2013 um 0,16 % (-0,02 % CAGR) gesunken und 2013 gegenüber 2012 um 3,9 % gestiegen.

Abbildung 12: Entwicklung des Endenergieverbrauchs nach Energieträger



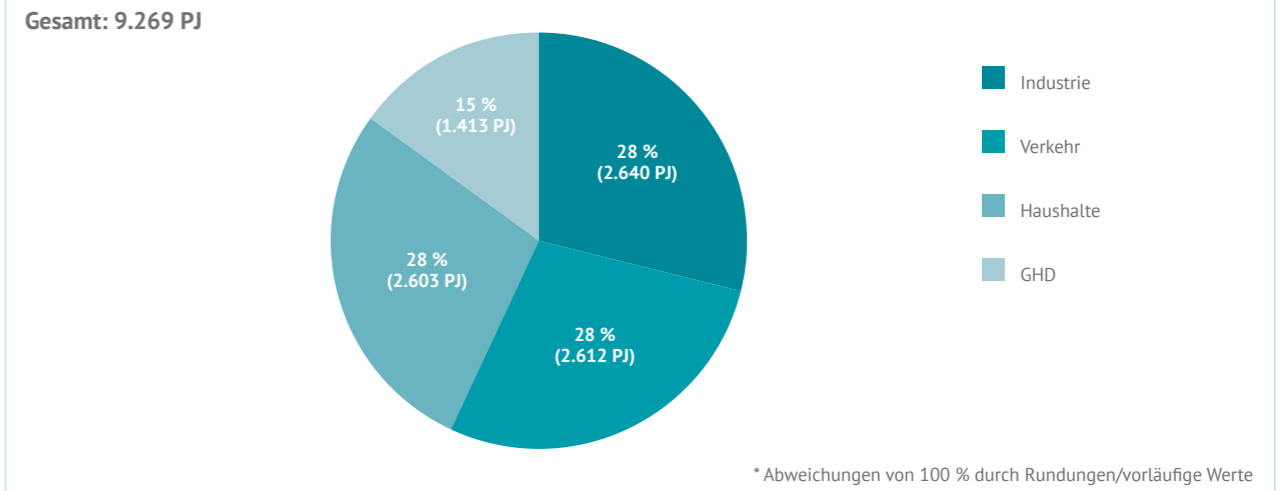
Quelle: AG Energiebilanzen (2014): Auswertungstabellen (Stand 15.09.2014) zur Energiebilanz für die Bundesrepublik Deutschland 1990 bis 2013

Die Entwicklung des Endenergieverbrauchs weist je nach Energieträger deutliche Unterschiede auf. Während zwischen 2003 und 2013 der Verbrauch von Mineralölen um 12 % zurückgegangen ist, hat der Verbrauch von Strom im gleichen Zeitraum um rund 0,9 % und von Fernwärme um über 2,8 % zugenommen. Gegenüber 2012 ist in 2013 ein deutlicher Verbrauchsanstieg lediglich bei Gasen zu verzeichnen (10 %). Dort schwankte der Verbrauch jedoch auch bereits in den letzten Jahren deutlich. Der Stromverbrauch sank 2013 um 2 %. Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass nicht jede Veränderung des klimabereinigten Endenergieverbrauchs auf Energieeffizienzmaßnahmen zurückzuführen ist. So haben auch externe Faktoren, vor allem die Konjunktur und der Strukturwandel einen großen Einfluss auf den Energieverbrauch einer Volkswirtschaft. Für spezifische Effizienzindikatoren sei an dieser Stelle auf die Veröffentlichungen der Arbeitsgemeinschaft Energiebilanzen verwiesen, welche regelmäßig zentrale Effizienzindikatoren für Primär- und Endenergieverbrauch sowie bezogen auf sektorspezifische Größen erfasst.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Jährliche Wachstumsrate (engl. Compound Annual Growth Rate – CAGR)  
<sup>4</sup> AG Energiebilanzen (2014): Energieverbrauch in Deutschland im Jahr 2014 (Stand: März 2014)  
<sup>5</sup> AG Energiebilanzen (2014): Ausgewählte Effizienzindikatoren zur Energiebilanz Deutschland

## 4.2 ENDEENERGIEVERBRAUCH NACH SEKTOREN

Abbildung 13: Endenergieanteil nach Sektor im Jahr 2013\*



Die Industrie war im Jahr 2013 mit rund 2.640 PJ für den größten Anteil des Endenergieverbrauchs in Deutschland verantwortlich. An zweiter Stelle folgt der Verkehrssektor mit einem Anteil von ebenfalls knapp 28 % (2.612 PJ). Etwas darunter liegt der Anteil der Haushalte mit ebenfalls 28 % beziehungsweise 2.603 PJ. Der Sektor Gewerbe, Handel, Dienstleistungen (GHD) ist an vierter Stelle für rund 15 % des Energieverbrauchs (1.413 PJ) verantwortlich. Im Vergleich zum Vorjahr sind in der Verteilung kaum Änderungen zu verzeichnen.

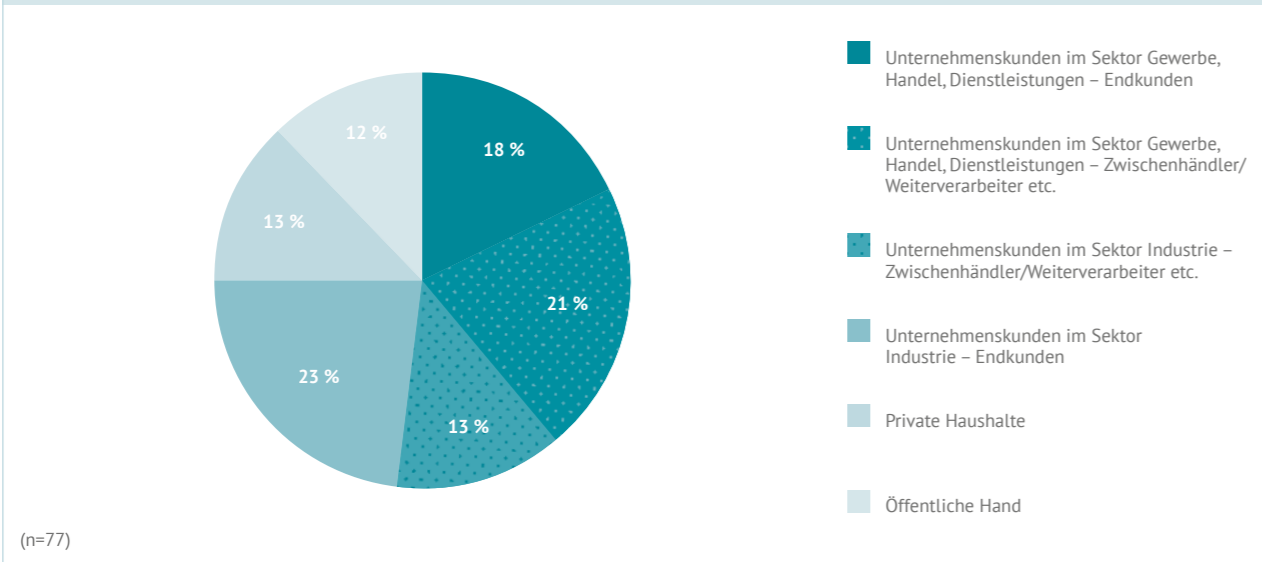
Quelle: AG Energiebilanzen (2014): Auswertungstabellen (Stand 15.09.2014) zur Energiebilanz für die Bundesrepublik Deutschland 1990 bis 2013

Für eine Detailbetrachtung zu den einzelnen Sektoren sei auf den Branchenmonitor 2014 oder aber auf die Veröffentlichungen der AG Energiebilanzen verwiesen.

### 4.3 KUNDENSTRUKTUR

Unternehmenskunden machen 2014 mit insgesamt 75 % den größten Anteil der Kunden der befragten Unternehmen aus. 41 % sind Endkunden und der Rest zum Beispiel Händler oder Weiterverarbeiter/Veredler. Private Haushalte stellen bei den Befragten nur 13 % und die Öffentliche Hand nur 12 % der Kundschaft dar. Über die letzten drei Jahre ist die Kundenstruktur der befragten Unternehmen damit weitestgehend unverändert geblieben.

Abbildung 14: Kundenstruktur der befragten Energieeffizienzanbieter



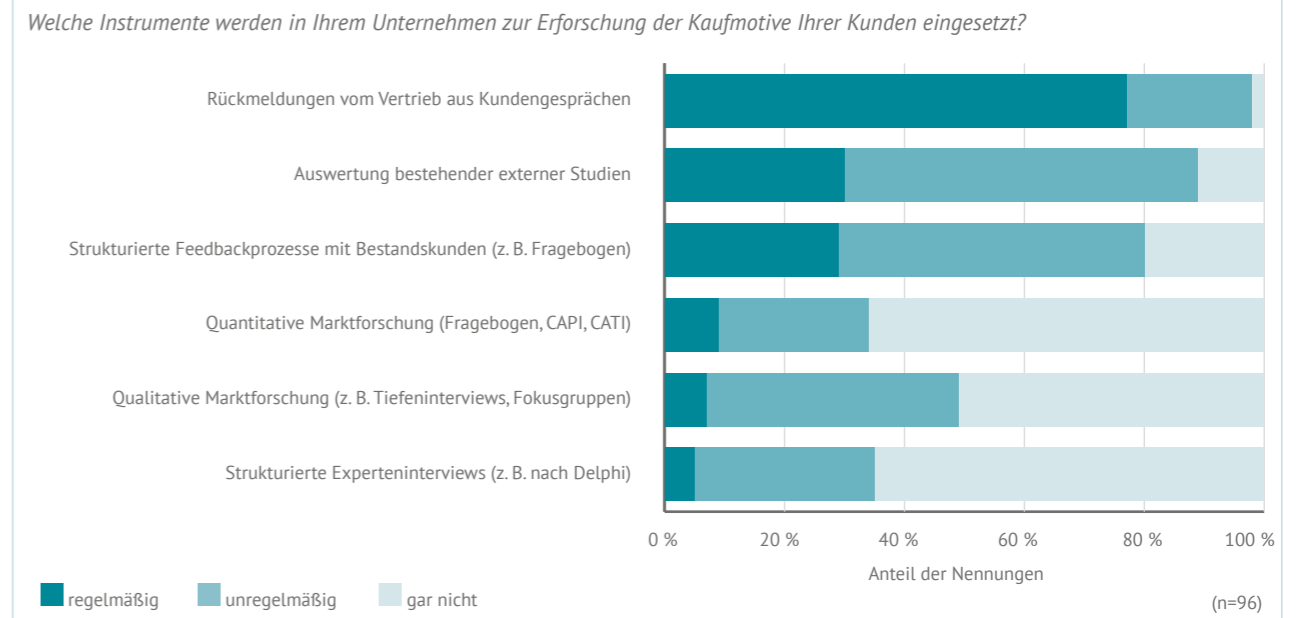
Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

### 4.4 INVESTITIONSMOTIVE DER ENDANWENDER

Die Analyse der Motivationsstrukturen der Endanwender liefert entscheidende Anhaltspunkte, an welcher Stelle und wie Energieeffizienzlösungen Marktakzeptanz finden und dazu beitragen können, den Energieverbrauch zu senken.

Wie auch bereits die Befragung im vergangenen Jahr ergab, verlassen sich die befragten Marktteilnehmer bei der Untersuchung der Kundenbedürfnisse und -motive überwiegend auf informelle Rückmeldungen des Vertriebs. Systematische Methoden zur Marktforschung, wie die Auswertung externer Studien oder strukturierte Feedbackprozesse mit Bestandskunden und quantitative und qualitative Marktforschung werden deutlich seltener angewandt.

Abbildung 15: Häufigkeit der Anwendung von Instrumenten zur Erforschung von Kaufmotiven der Kunden

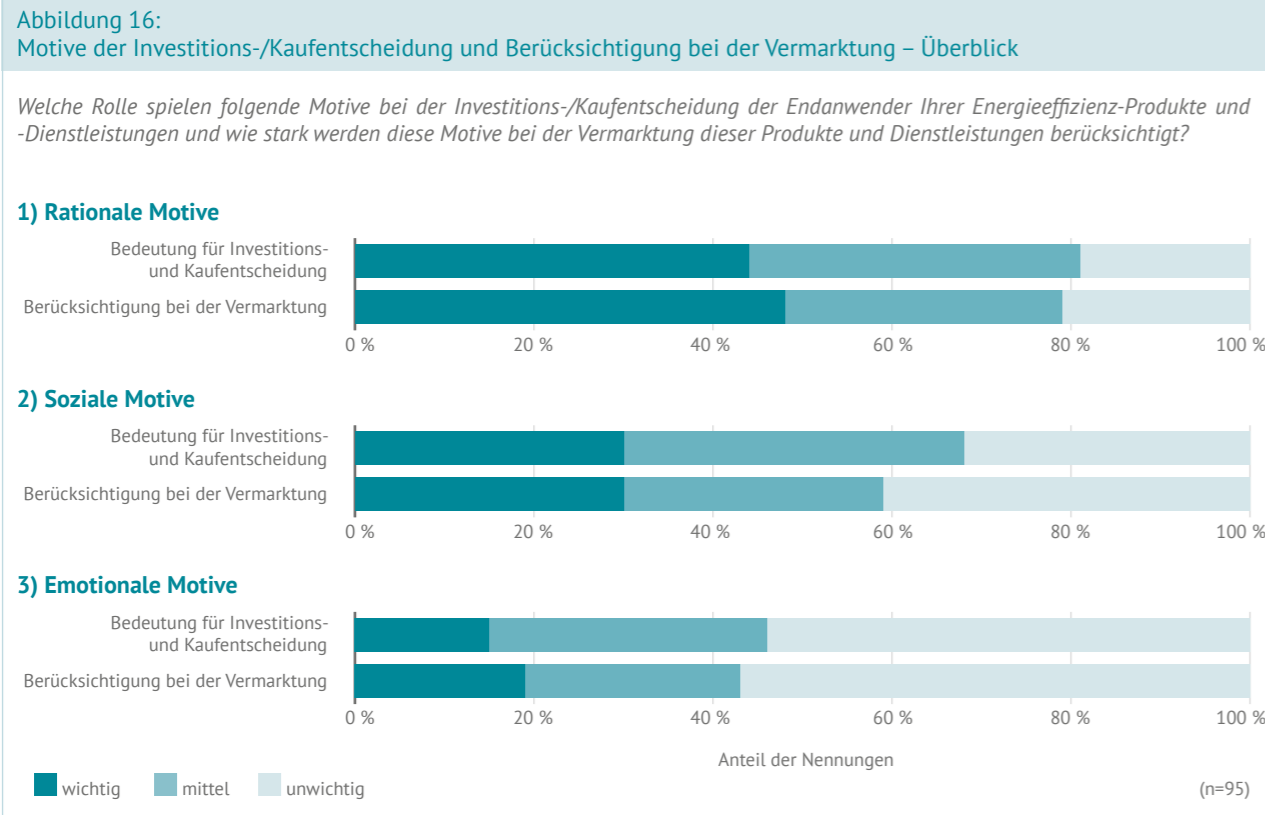


Da die befragten Unternehmen kaum regelmäßige, systematische und tiefergehende Marktforschung betreiben, um die Motive ihrer Kunden zu ermitteln, kann davon ausgegangen werden, dass die Wahrnehmung der Kundenbedürfnisse eine sehr subjektive bleibt. Dies ist bei der Interpretation der folgenden Auswertungen zu berücksichtigen.

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Die Frage, mit welchen Motiven die Kunden in Energieeffizienzprodukte oder -dienstleistungen investieren, bildete einen Schwerpunkt der Befragung zum Branchenmonitor 2015. Dabei wurde neben der Wahrnehmung dieser Motive aus Perspektive der Anbieter auch abgefragt, welche Rolle diese Motive bei der Vermarktung der Produkte oder Dienstleistungen spielen. In Abbildung 16 sind die Motive in den Kategorien „Rationale Motive“, „Soziale Motive“ und „Emotionale Motive“ zusammengefasst. Im Schnitt sind rationale Motive sowohl für die Kaufentscheidung als auch bei der Vermarktung dominant, gefolgt von sozialen Motiven. An letzter Stelle folgen emotionale Motive. Diese Ergebnisse sagen noch nichts darüber aus, inwiefern rationale Motive

durch die befragten Unternehmen als notwendige oder als allein hinreichende Motive gewertet werden und welche Kenntnisse den befragten Unternehmen über diese Zusammenhänge vorliegen. Verhaltenstheoretisch ist davon auszugehen, dass es für Investoren eine notwendige Voraussetzung ist, dass sich eine Investition lohnt, dies aber häufig nicht ausreicht, um eine Handlung auszulösen. Hierbei können vielmehr soziale und emotionale Motive entscheidend sein.

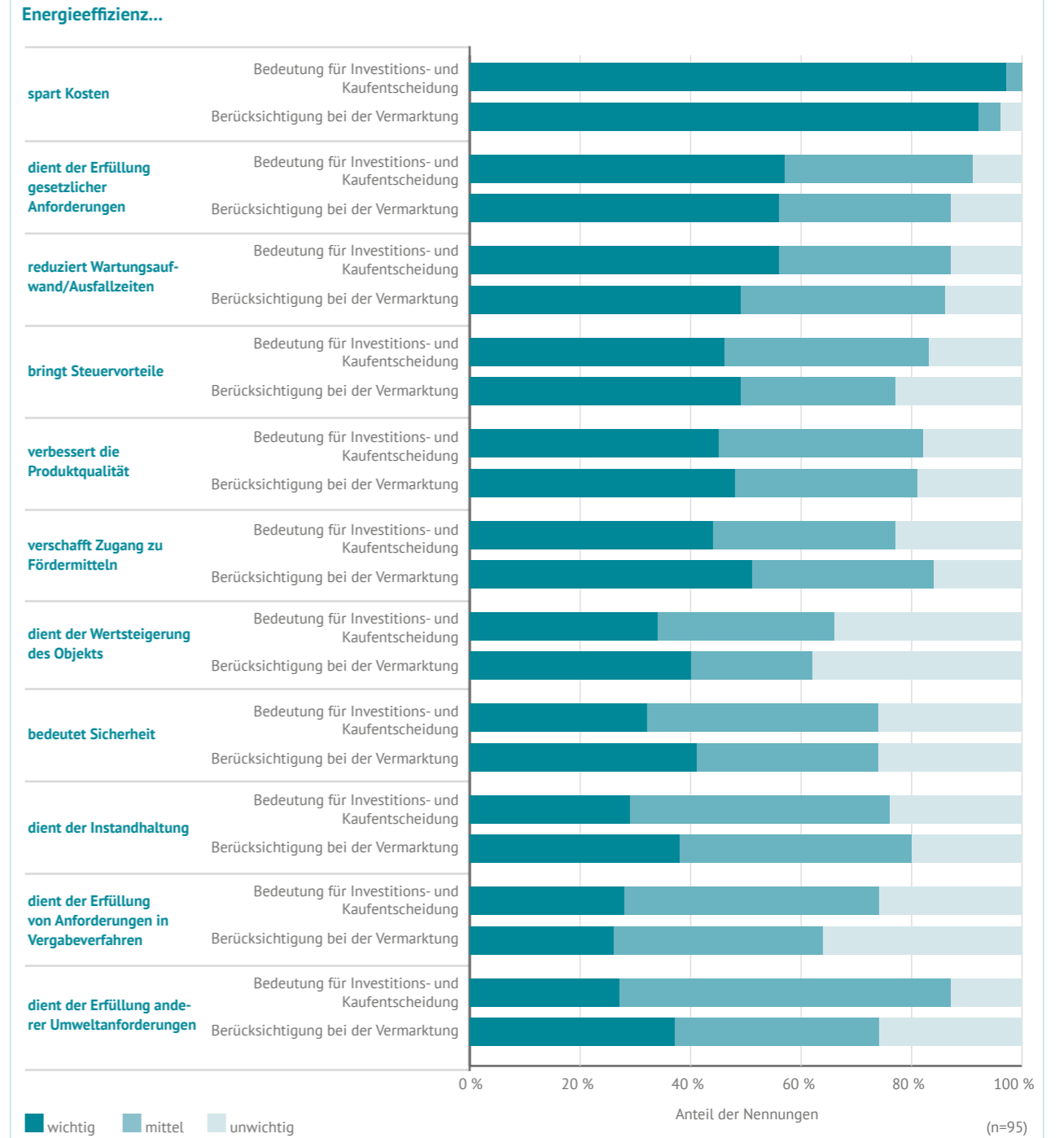


Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“, aggregierte Antworten

In der Detailbetrachtung der rationalen Motive (Abbildung 17) dominiert aus Sicht der Befragten das Motiv der Kosteneinsparung, das auch bei der Vermarktung die größte Rolle spielt. 97 % der befragten Unternehmen sehen hierin ein wichtiges Motiv ihrer Kunden und für 92 % der Unternehmen sind Kosteneinsparungen ein zentrales Argument bei der Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen. Weitere Motive rangieren mit deutlichem Abstand aber mit ähnlicher Gewichtung. So erachten 57 % der befragten Unternehmen die Erfüllung gesetzlicher Anforderungen im Bereich Energieeffizienz als zentrales Motiv und nutzen dieses Motiv auch entsprechend bei der Vermarktung. Weitere wichtige Motive sind für rund die Hälfte der befragten Unternehmen die Reduzierung von Wartungs- und Ausfallzeiten, die Erlangung von Steuervorteilen, die Verbesserung der Produktqualität und der Zugang zu Fördermitteln.

**Abbildung 17:**  
1) Rationale Motive

Welche Rolle spielen folgende Motive bei der Investitions-/Kaufentscheidung der Endanwender Ihrer Energieeffizienz-Produkte und -Dienstleistungen und wie stark werden diese Motive bei der Vermarktung dieser Produkte und Dienstleistungen berücksichtigt?



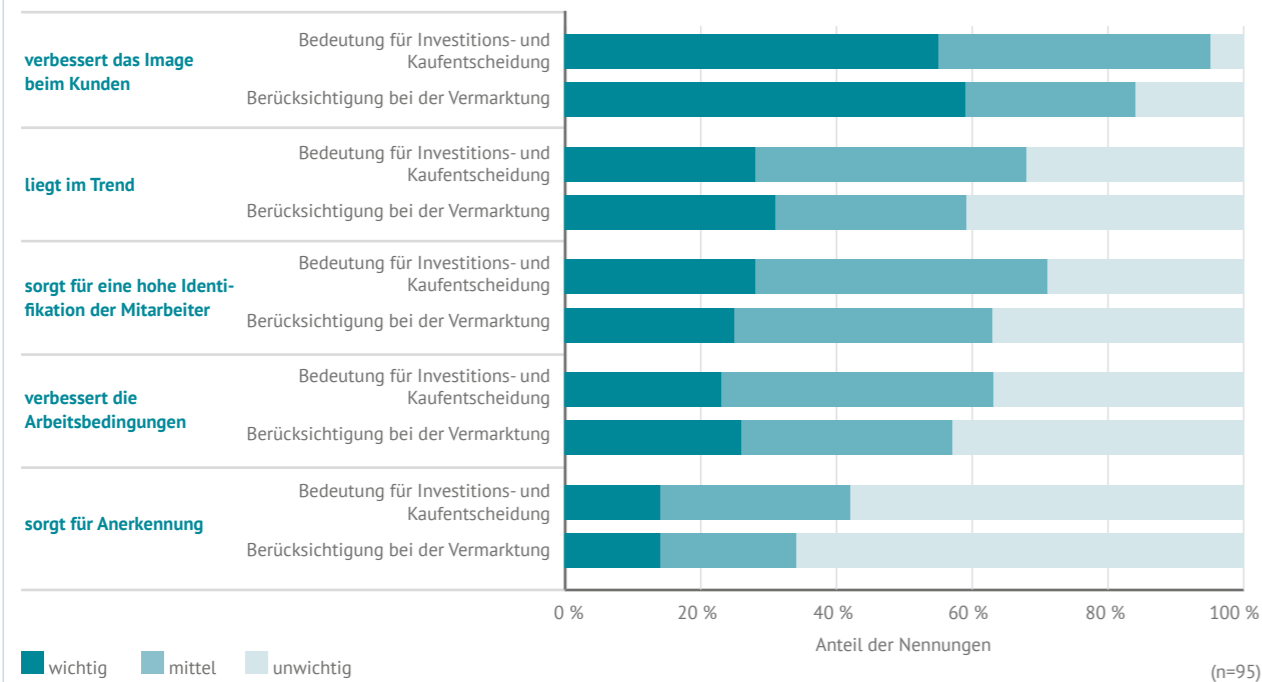
Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

In der Kategorie der sozialen Motive dominiert das diffuse Motiv „verbessert das Image beim Kunden“, gefolgt von der Wahrnehmung, dass Energieeffizienz im Trend liegt. Soziale Anerkennung bei Freunden, Familie oder Nachbarn spielt nur aus Perspektive von 14 % der befragten Marktteilnehmer eine wichtige Rolle für die Investitionsentscheidung ihrer Kunden. Dies kann jedoch auch mit der Kundenstruktur der befragten Unternehmen begründet werden, welche an erster Stelle Unternehmenskunden bedienen. Für dieses Kundensegment spielen Mitarbeiteridentifikation, Image beim Kunden und verbesserte Arbeitsbedingungen eine größere Rolle als die klassische Peergruppe aus Familie und Freunden.

Abbildung 18:  
2) Soziale Motive

Welche Rolle spielen folgende Motive bei der Investitions-/Kaufentscheidung der Endanwender Ihrer Energieeffizienz-Produkte und -Dienstleistungen und wie stark werden diese Motive bei der Vermarktung dieser Produkte und Dienstleistungen berücksichtigt?

Energieeffizienz...



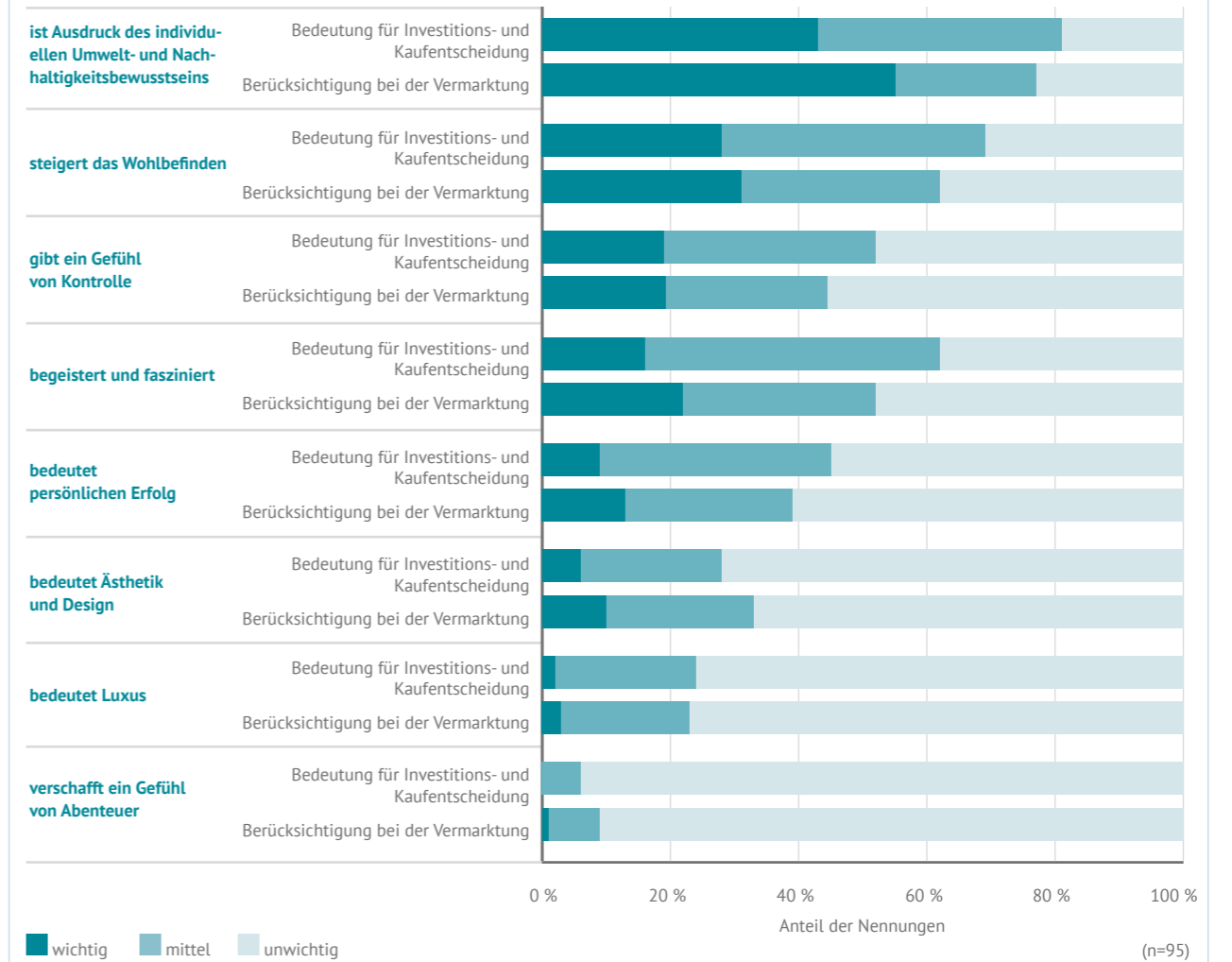
Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Im Bereich der emotionalen Motive schätzen die befragten Unternehmen das individuelle Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein mit Abstand als wichtigsten Treiber bei der Investitionsentscheidung ihrer Kunden ein. Hierbei handelt es sich um ein altruistisches Motiv, während die übrigen in der Rangfolge genannten emotionalen Motive eher egoistischer Natur sind, wie die Steigerung des Wohlbefindens, besseres Kontrollgefühl oder Begeisterung und Faszination für die angebotenen Energieeffizienzleistungen. Unter Berücksichtigung der nur sehr schwach ausgeprägten systematischen Erfassung der Kundenmotive durch die befragten Unternehmen, kann nur vermutet werden, dass die genannten egoistischen Motive bei vielen Kunden eine größere Bedeutung spielen als von den Befragten angenommen. Grundsätzlich gilt, dass das Motivzusammenspiel immer auch stark zielgruppenspezifisch betrachtet werden muss.

Abbildung 19:  
3) Emotionale Motive

Welche Rolle spielen folgende Motive bei der Investitions-/Kaufentscheidung der Endanwender Ihrer Energieeffizienz-Produkte und -Dienstleistungen und wie stark werden diese Motive bei der Vermarktung dieser Produkte und Dienstleistungen berücksichtigt?

Energieeffizienz...



Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

## 5. DIE ANGEBOTSSEITE: DER ENERGIEEFFIZIENZMARKT

### 5.1 DEFINITION UND FUNKTION INNERHALB DER VOLKSWIRTSCHAFT

Als „Energieeffizienzmarkt“ können alle Dienstleistungen und Produkte verstanden werden, welche beim Endkunden im Vergleich zum Status quo mit weniger Energieeinsatz den gleichen erwünschten Output erzielen. Dabei überschneiden sich „klassische Märkte“ von Bauprodukten, Anlagen und Geräten mit meist „jungen“ Dienstleistungsmärkten (z. B. Energiemanagement- und Beratungsdienstleistungen, Contracting). Letztere greifen häufig auf Produkte der klassischen Märkte (Heizungsanlagen, Mess-, Steuerungs- und Regelungstechnik) zurück und fügen diesen neue Dienstleistungsbestandteile hinzu.<sup>6</sup> Somit ist eine Verschmelzung von Produkt- und Dienstleistungsangeboten zu beobachten, welche sowohl von neuen Dienstleistungsanbietern aber auch von etablierten Produktherstellern ausgeht (z. B. Pumpen-Contracting). In Abbildung 20 wird der Energieeffizienzmarkt (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) in Dienstleistungen und Produkte unterteilt und diese den Teilabsatzmärkten zugeordnet.

Abbildung 20: Struktur des Energieeffizienzmarktes

	Produkte	Dienstleistungen
<b>Haushalte/ Gebäude/ Gewerbe</b>	z. B. - Fenster, Türen, Rolll Tore, Torluftschleier etc. - Dämmstoffe/energieeffiziente Baustoffe - Heizungsanlagen/Wärmeerzeuger - Klima- und Lüftungsanlagen - Heizungsanlagen - Gebäuderegulungs- und Automatisierungstechnik - effiziente Haushaltsgeräte - effiziente Unterhaltungselektronik - effiziente IKT - LED/effiziente Beleuchtung ...	z. B. - Gebäudeenergieberatung + Gebäudeenergieausweis - Gebäudeplanung + Baubegleitung - Energiemanagement im Gebäude (als Teil von FM) - Einspar- und Liefercontracting - Handwerksleistungen Neubau/Renovierung/ hydraulischer Abgleich/Wartung - Finanzierung ...
<b>Industrielle Produktion</b>	z. B. - Mess- und Regeltechnik - effiziente autonome Antriebe und Pumpen - effiziente industrielle Wärmeerzeuger und BHKW - effiziente industrielle Kälteerzeuger - Anlagen zur Abwärmennutzung - effiziente Druckluftanlagen - effiziente Anlagentechnik ....	z. B. - Industrielle Energieberatung - Energiemanagementsysteme & Energieaudits - Umsetzungsbegleitung/Beratung/ Kennzahlenentwicklung - Contracting - Finanzierung ...
<b>Verkehr</b>	z. B. - effiziente Verkehrsmittel - Bauteile für effiziente Verkehrsmittel - effiziente Antriebstechnologien und Kraftstoffe ...	z. B. - Car-Sharing - Fahrtraining für sparsames Fahren - intelligente Verkehrsleitsysteme ...
<b>Energie- erzeugung</b>	z. B. - effiziente Kraftwerke - Steuerungstechnologie zur Optimierung des Kraft- werkspark - effiziente Energieverteilung/Netze ...	z. B. - Beratung/Betrieb von Kraftwerkspark ...

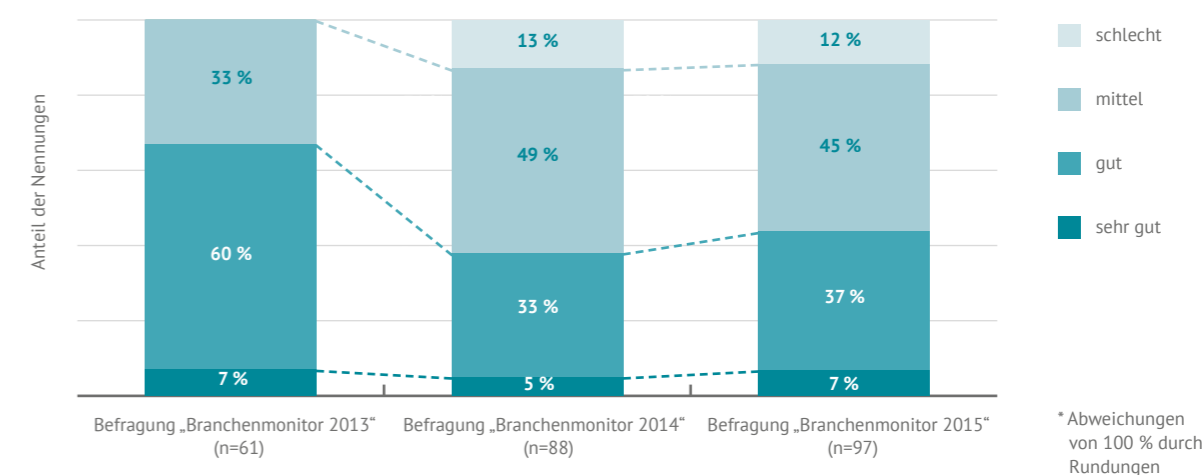
<sup>6</sup> Prognos AG/ifeu Institut/Hochschule Ruhr-West (2013): Marktanalyse und Marktbewertung sowie Erstellung eines Konzeptes zur Marktbeobachtung für ausgewählte Dienstleistungen im Bereich Energieeffizienz

## 5.2 ATTRAKTIVITÄT DES ENERGIEEFFIZIENZMARKTES

Die Attraktivität des Energieeffizienzmarktes wird von sehr vielfältigen, in diesem Kapitel genauer untersuchten Faktoren bestimmt. Insgesamt wird die Stimmung am Energieeffizienzmarkt von den befragten Marktteilnehmern wie auch in den letzten Jahren überwiegend mit „mittel“ bis „gut“ bewertet. Gegenüber der Befragung für den Branchenmonitor 2014 ist der Anteil der befragten Unternehmen, welche die Stimmung mit „gut“ oder „sehr gut“ bewerten, leicht gestiegen. Auf die offene Frage, welche Faktoren ausschlaggebend für die Stimmung am Markt sind, werden an erster Stelle die politischen Rahmenbedingungen und insbesondere deren Stabilität, die Energiepreise sowie außerdem die mediale Darstellung der Thematik genannt.

Abbildung 21:  
Bewertung der Stimmung am Markt im Vergleich zum Vorjahr\*

Wie ist die Stimmung auf dem Markt für Energieeffizienz?

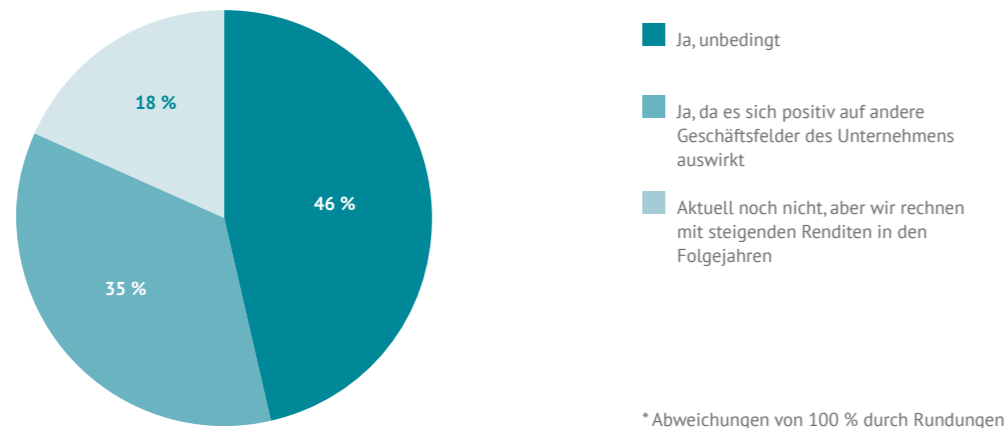


Wie attraktiv das Geschäft mit der eingesparten Kilowattstunde für Anbieter ist, wird in erster Linie durch die Rentabilität bedingt. Von dieser hängt zum Beispiel ab, welche Ressourcen die Anbieter beziehungsweise der Kapitalmarkt für den Auf- und Ausbau dieses Geschäftsfeldes in Konkurrenz zu anderen Geschäftsfeldern zur Verfügung stellen. Neben der aktuellen Rentabilität spielt dabei auch die Erwartung künftiger Ergebnisse eine Rolle und Energieeffizienz wird als strategischer Treiber für andere Geschäftsfelder eingesetzt. Fast die Hälfte (46 %) der befragten Unternehmen geben an, dass sich das Geschäftsfeld Energieeffizienz als selbständiges Geschäftsfeld lohnt (Abbildung 22). Für weitere 35 % der befragten Unternehmen lohnt sich das Geschäftsfeld, da es sich positiv auf andere Geschäftsfelder des Unternehmens auswirkt. 18 % der befragten Unternehmen geben zwar an, dass sich aktuell das Geschäftsfeld Energieeffizienz noch nicht lohnt. Diese Unternehmen rechnen aber mit steigenden Renditen in den Folgejahren.

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“, Branchenmonitor 2014, Branchenmonitor 2013

Abbildung 22: Rentabilität des Geschäftsfeldes Energieeffizienz\*

Lohnt sich das Geschäftsfeld Energieeffizienz aus Ertragssicht?



(n=99)

\* Abweichungen von 100 % durch Rundungen  
Keine Mehrfachnennungen möglich

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

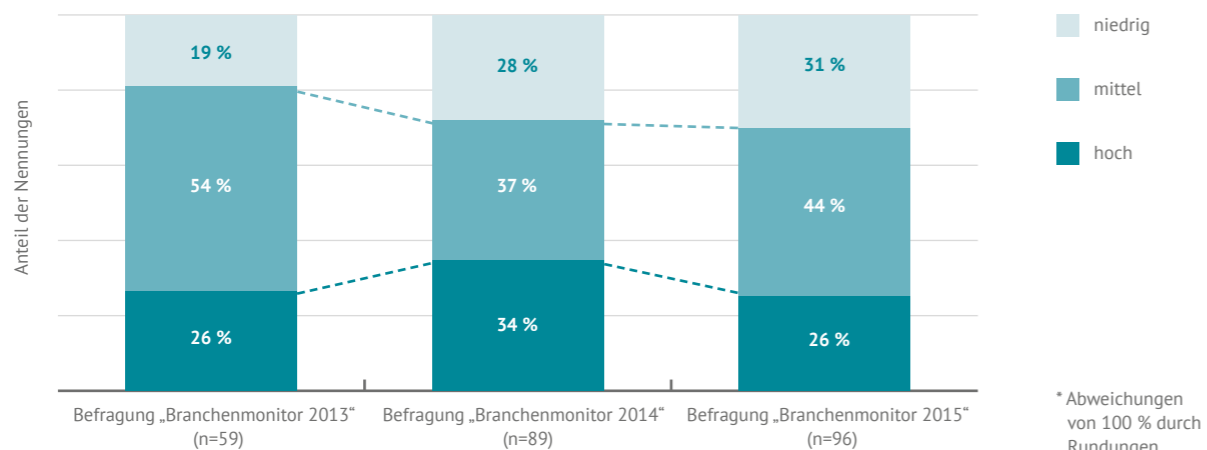
## 5.2.1 ATTRAKTIVITÄTSFAKTOREN DES ENERGIEEFFIZIENZMARKTES

Insgesamt werden die Markteintrittsbarrieren als moderat („mittel“ oder „niedrig“) angesehen. 26 % der Unternehmen in der diesjährigen Befragung bewerten die Markteintrittsbarrieren als „hoch“. Damit sehen die befragten Unternehmen insgesamt leicht niedrigere Markteintrittsbarrieren als die Unternehmen in der Vorjahresbefragung. Gemeinsam mit den Ergebnissen zur Einschätzung der Konkurrenzsituation betrachtet, lässt sich feststellen: Der Wettbewerb am Energieeffizienzmarkt ist stark und lebendig. Das erwartete Marktwachstum führt gleichzeitig dazu, dass die Anzahl der Marktteilnehmer weiter steigt.

Quelle: DENEFF Befragung „Branchenmonitor 2015“, Branchenmonitor 2014, Branchenmonitor 2013

Abbildung 23: Bewertung der Markteintrittsbarrieren im Vergleich zu den Vorjahren\*

Wie bewerten Sie die Eintrittsbarrieren für Unternehmen in den Markt für Energieeffizienz?

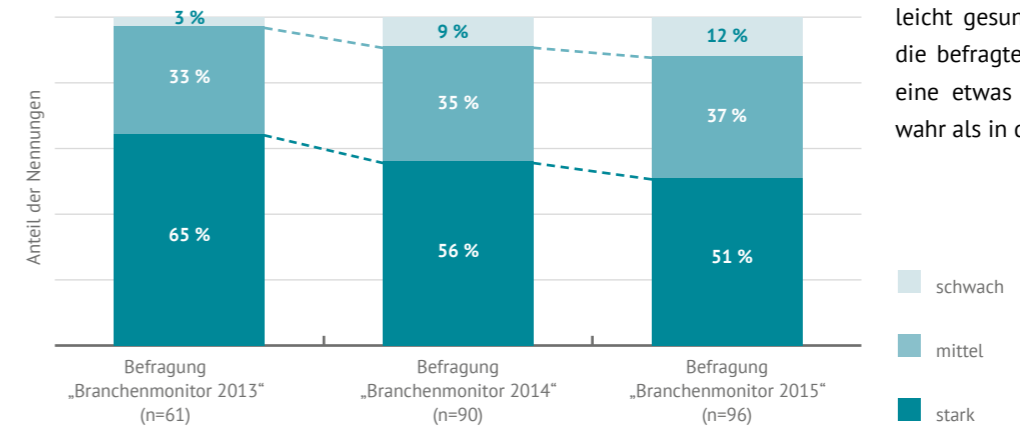


\* Abweichungen von 100 % durch Rundungen

Abbildung 24: Konkurrenz\*

Bewertung der Konkurrenz am Markt im Vergleich zu den Vorjahren

Wie stark ist die Konkurrenz/Rivalität auf dem Markt für Energieeffizienz?



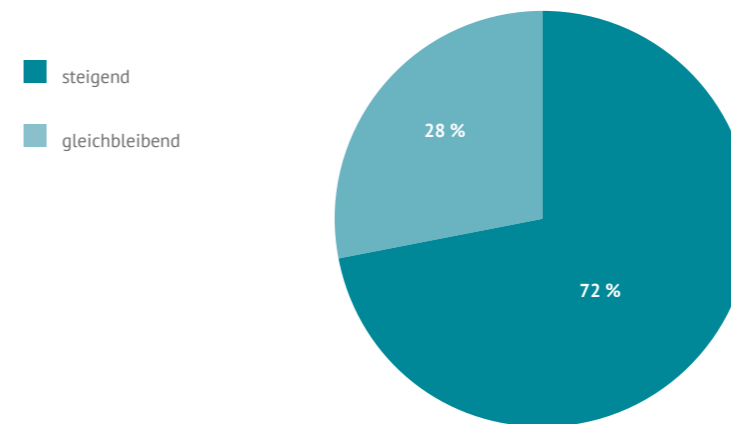
Etwa die Hälfte der befragten Marktteilnehmer bewertet die Konkurrenz als stark. Im Vergleich zu den Vorjahresbefragungen ist dieser Anteil leicht gesunken. Insgesamt nehmen die befragten Unternehmen folglich eine etwas schwächere Konkurrenz wahr als in den Vorjahren.

\* Abweichungen von 100 % durch Rundungen

Quelle: DENEFF Befragung „Branchenmonitor 2015“, Branchenmonitor 2014, Branchenmonitor 2013

Ausblick: Entwicklung der Konkurrenz am Markt

Wie entwickelt sich die Konkurrenz/Rivalität auf dem Markt für Energieeffizienz?



Etwa drei Viertel der befragten Unternehmen erwarten einen Anstieg der Konkurrenz am Markt. Im Schnitt schätzen die befragten Unternehmen, dass rund 22 % der Mitbewerber neue, erst kürzlich in den Markt eingetretene Anbieter sind. Der Rest der Mitbewerber sind etablierte Unternehmen der eigenen Branche. Als neue Wettbewerber werden zum Beispiel aus Perspektive der Anbieter von Energiemanagement- und Beratungsdienstleistungen unter anderem Ingenieur- und Planungsbüros sowie Energieversorger genannt.

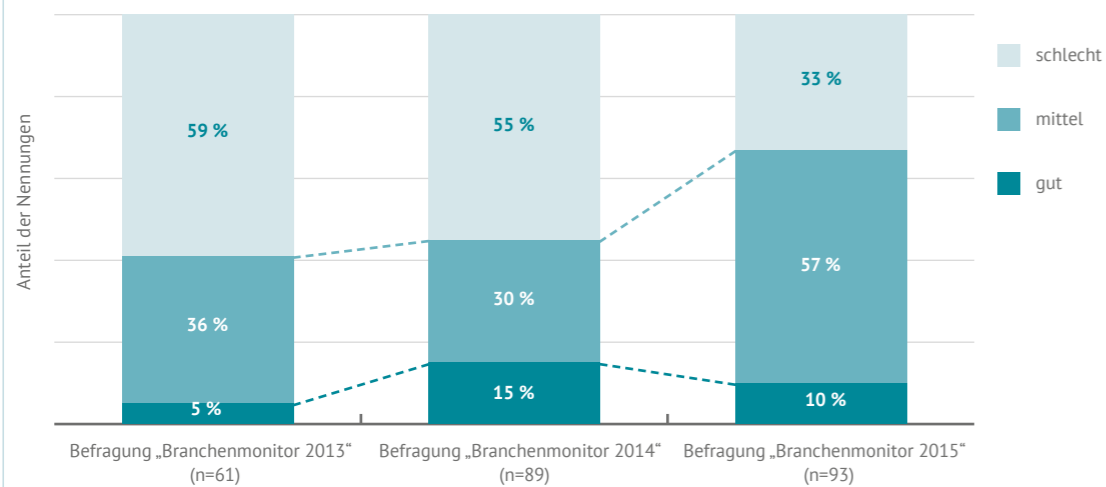
Quelle: DENEFF Befragung „Branchenmonitor 2015“

(n=96)

Die Verfügbarkeit von Fachkräften wird teilweise positiver betrachtet als in den Vorjahren. Zwar liegt der Anteil der befragten Unternehmen, welche eine gute Verfügbarkeit wahrnehmen nur bei 10 % (gegenüber 15 % in 2014), jedoch ist der Anteil der Unternehmen, welche eine „mittlere“ Verfügbarkeit angeben, deutlich gestiegen und der Anteil der Unternehmen, welche die Verfügbarkeit mit „schlecht“ bewerten, um rund 20 % gesunken. Eine mögliche Begründung für diese positive Entwicklung könnte die „Freisetzung“ von Fachkräften aus der Branche der erneuerbaren Energien sein.

Abbildung 25: Bewertung der Verfügbarkeit von Fachkräften im Vergleich zu den Vorjahren

Wie ist die Verfügbarkeit von Fachkräften auf dem Markt für Energieeffizienz insgesamt?

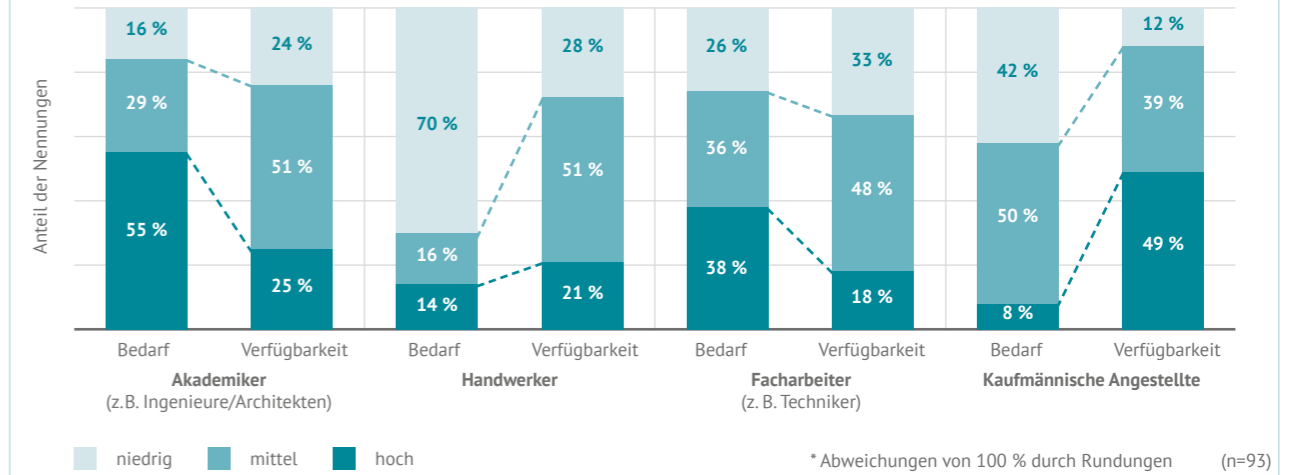


Quelle: DENEFF Befragung „Branchenmonitor 2015“, Branchenmonitor 2014, Branchenmonitor 2013

Die Bewertung der Fachkräfteverfügbarkeit und des -bedarfs nach Berufsgruppen fällt sehr ähnlich, wie in der Vorjahresbefragung aus. Ein Mangel an Fachkräften besteht vor allem bei Akademikern (z. B. Ingenieure/Architekten). Hier herrscht offensichtlich der größte Bedarf. 55 % der befragten Unternehmen bewerten diesen als hoch. Hingegen wird die Verfügbarkeit von Akademikern von nur 25 % als „gut“ und von 24 % als „schlecht“ erachtet. Ein ähnliches Ungleichgewicht von Angebot und Nachfrage zeichnet sich bei Facharbeitern ab (z. B. Techniker). Es sehen 38 % der Befragten einen hohen Bedarf, jedoch 33 % der befragten Unternehmen eine schlechte und nur 18 % eine gute Verfügbarkeit in dieser Berufsgruppe.

Abbildung 26: Fachkräfteverfügbarkeit und -bedarf nach Berufsgruppen\*

Wie sind Bedarf und Verfügbarkeit von Fachkräften in Ihrem Unternehmen in den genannten Berufsgruppen für den Bereich Energieeffizienz?

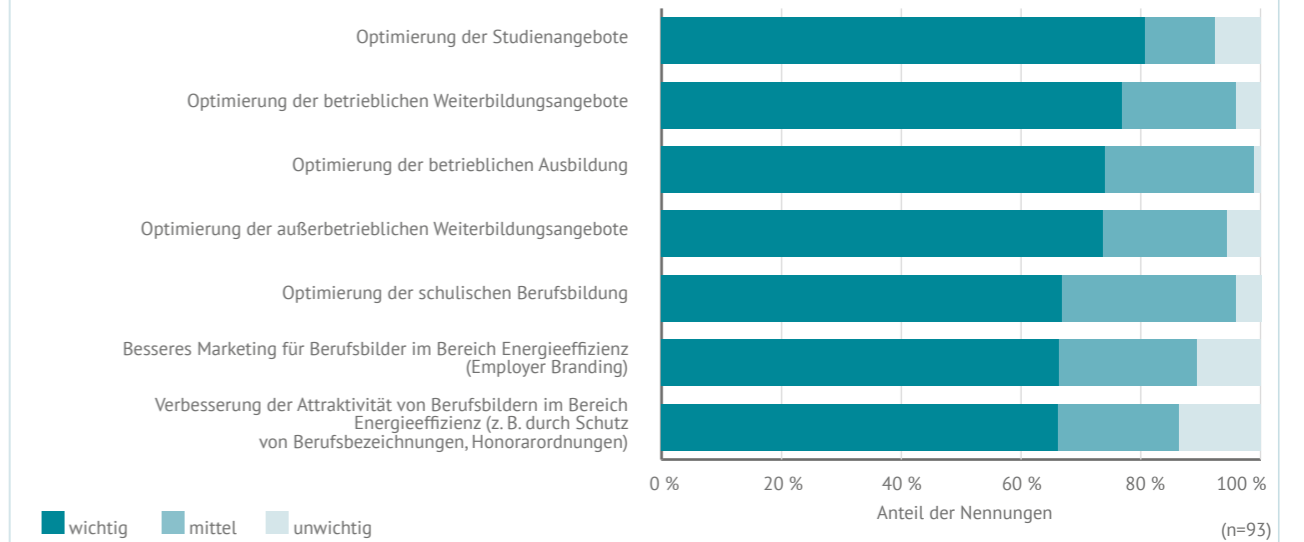


Um den Mangel an Fachkräften zu beheben, hoffen, wie auch im Vorjahr, über 80 % der befragten Marktteilnehmer auf eine Optimierung der Studienangebote und rund 77 % auf die Optimierung der außerbetrieblichen Weiterbildung. Insgesamt werden jedoch alle genannten Maßnahmen von der Mehrheit der Befragten als wichtig erachtet. Dies zeigt wiederholt, dass der Fachkräftemangel durch breit gefächerte Maßnahmen in allen Bildungsbereichen und sowohl in der Aus- als auch in der Weiterbildung behoben werden muss.

Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

Abbildung 27: Notwendige Maßnahmen zur Optimierung der Fachkräfteverfügbarkeit

Wie kann die Fachkräfteverfügbarkeit optimiert werden?

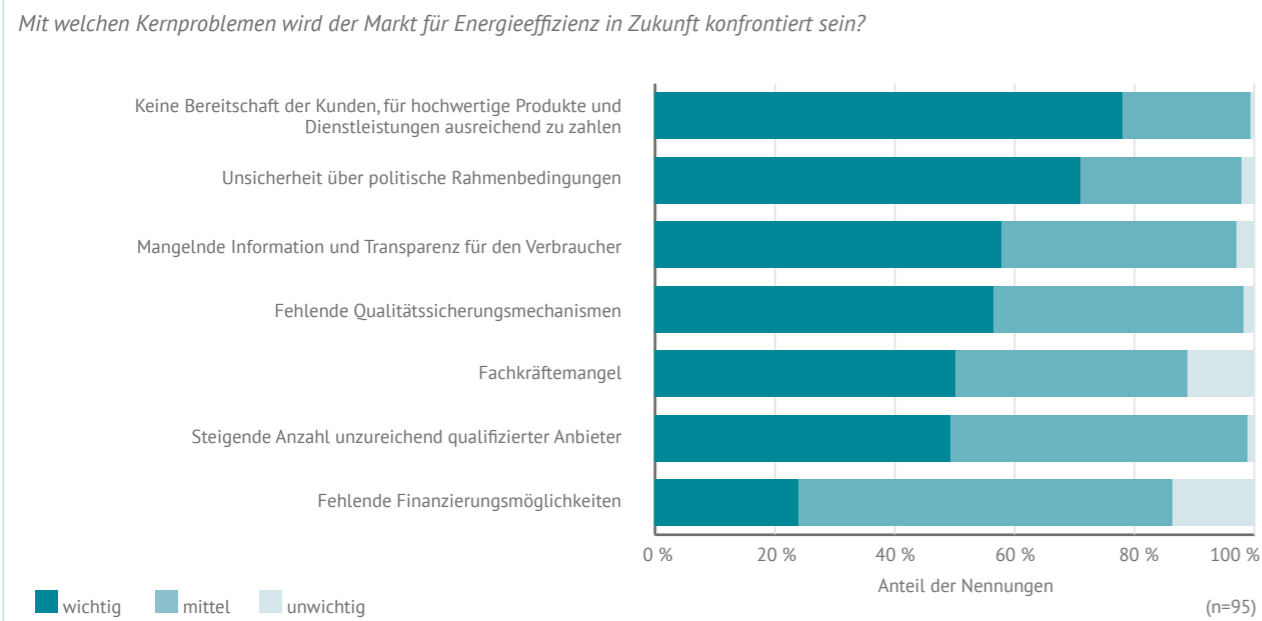


Quelle: DENEFF-Befragung „Branchenmonitor 2015“

### 5.2.2. KERNPROBLEME AM MARKT

Als zukünftige Kernprobleme am Markt für Energieeffizienz sehen die Befragten in erster Linie die geringe Bereitschaft der Kunden, für hochwertige Produkte und Dienstleistungen ausreichend zu zahlen sowie die Unsicherheit über politische Rahmenbedingung. Dass die fehlende Zahlungsbereitschaft, anders als im Vorjahr, an erster Stelle und noch vor der Unsicherheit über politische Rahmenbedingungen genannt wird, könnte darauf zurückzuführen sein, dass im Zeitraum der Befragung der Nationale Aktionsplan Energieeffizienz verabschiedet wurde. Des Weiteren sehen über 55 % der befragten Unternehmen im Informations- und Transparenzdefizit für den Verbraucher und fehlenden Qualitätssicherungsmechanismen zentrale zukünftige Probleme des Marktes. Diese Probleme spiegeln die weiter oben aufgeführten Erwartungen der Befragten an die Bundesregierung wider, eine langfristige ganzheitliche Energieeffizienzstrategie auszuarbeiten und Qualität und Qualifizierung in der Energieeffizienzbranche zu gewährleisten. Fehlende Finanzierungsmöglichkeiten erachten gut 24 % der befragten Unternehmen als wichtig.

Abbildung 28:  
Zukünftige Kernprobleme des Marktes für Energieeffizienz



Quelle: DENEFF-Befragung  
„Branchenmonitor 2015“

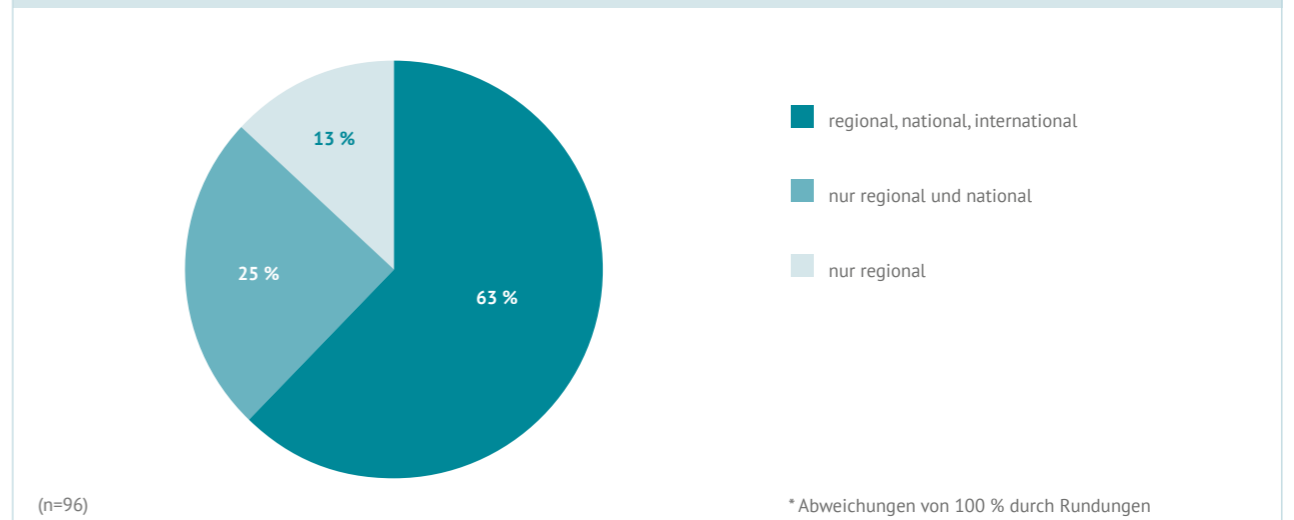
### 5.3 MARKTKENNZAHLEN

In vergangenen Branchenmonitor wurde basierend auf Hochrechnungen des ersten Branchenmonitors und den Angaben zu Umsatz- und Mitarbeiterwachstum im Bereich Energieeffizienz der für den Branchenmonitor 2014 befragten Unternehmen für das Jahr 2013 ein Umsatzvolumen von rund 162 Mrd. EUR sowie eine Beschäftigtenzahl von knapp 850.000 Personen am Markt für Energieeffizienz ermittelt. Die aus der aktuellen Befragung vorliegenden Angaben zu Umsätzen und Mitarbeiterzahlen im Bereich Energieeffizienz deuten weiterhin auf ein eindeutiges Wachstum hin. So wuchsen sowohl der Umsatz (n=38) als auch die Mitarbeiterzahlen (n= 65) bei den befragten Unternehmen zwischen 2013 und 2014 um rund 8 %.

Aufgrund der geringen Stichprobengröße für Angaben zu Umsatz und Mitarbeiterzahlen und der fragmentierten Marktstruktur wurde für den Branchenmonitor 2015 auf die Hochrechnung absoluter Zahlen verzichtet.

Über 63 % der befragten Unternehmen geben an, ihre Produkte und Dienstleistungen sowohl regional, national als auch international zu vertreiben. 25 % der Unternehmen vertreiben ihre Produkte und Dienstleistungen nur regional und national und 13 % sind nur regional aktiv.

Abbildung 29:  
Räumliches Angebot der Leistungen und Produkte\*

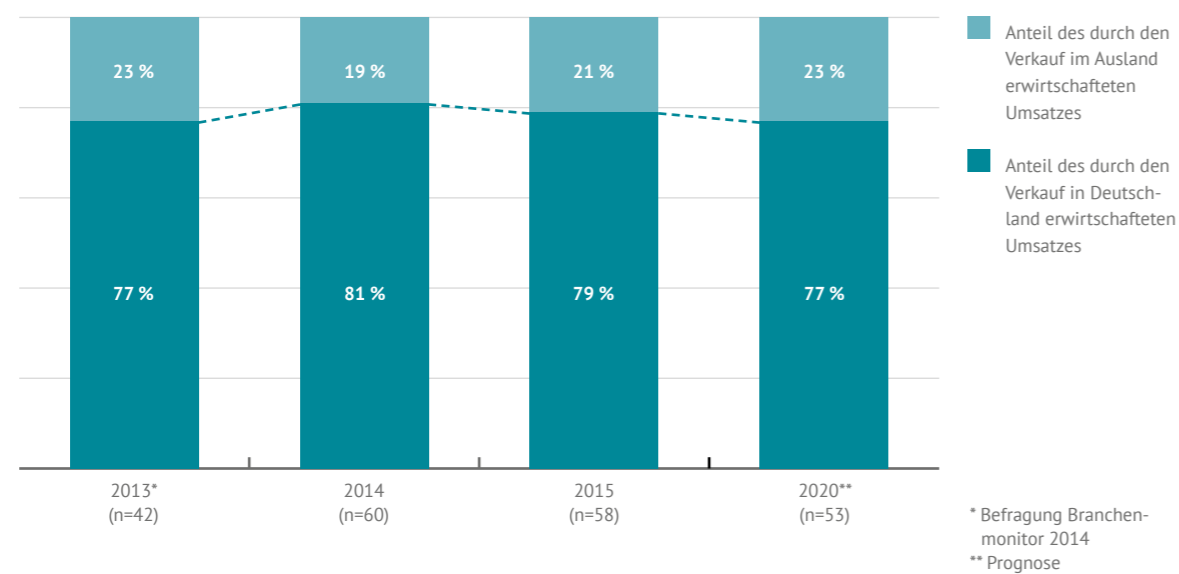


Quelle: DENEFF-Befragung  
„Branchenmonitor 2015“



Zwar ist mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen mit ihren Produkten und Dienstleistungen auf den internationalen Märkten vertreten, der mit Abstand größte Teil des Umsatzes wird jedoch auf dem deutschen Markt erwirtschaftet. So gaben die befragten Unternehmen an, dass 2014 nur 19 % des Umsatzes im Ausland generiert wurden. Die befragten Unternehmen erwarten für 2015 und auch bis 2020 einen leichten Anstieg des im Ausland erwirtschafteten Umsatzes.

Abbildung 30:  
Anteil des im In- und Ausland generierten Umsatzes

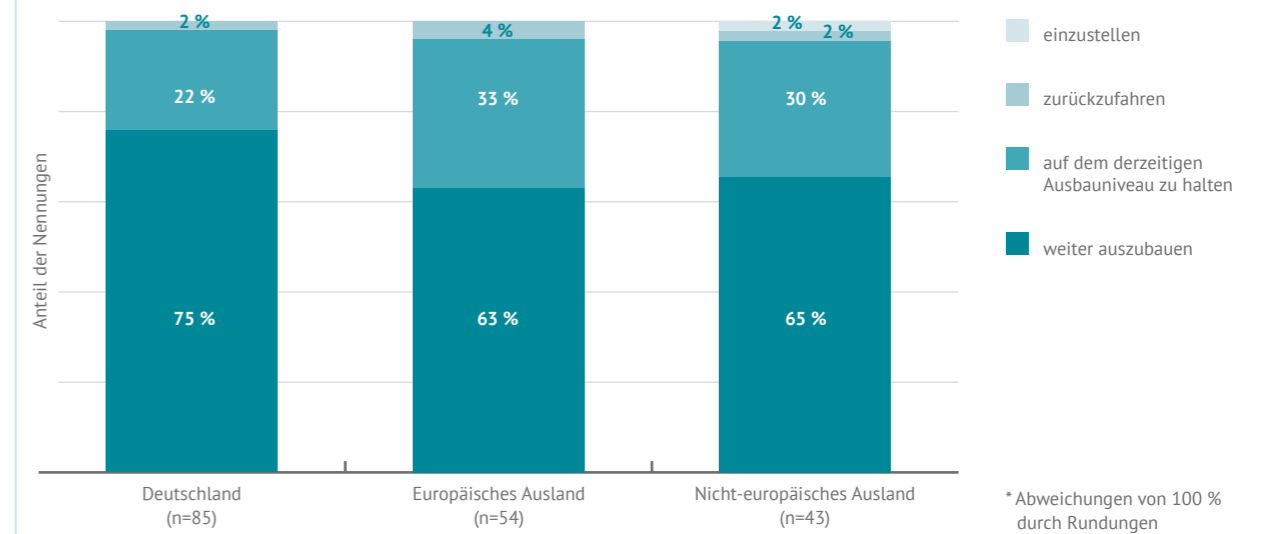


Quelle: DENEFF-Befragung  
„Branchenmonitor 2015“,  
Branchenmonitor 2014

Der deutsche Markt stellt für die befragten Unternehmen gleichzeitig auch den Kernbereich für einen weiteren Ausbau des Geschäftsfeldes Energieeffizienz dar. 75 % der befragten Marktteilnehmer beabsichtigen, ihre Aktivitäten im Geschäftsfeld Energieeffizienz in Deutschland weiter auszubauen.

Abbildung 31:  
Geplante Entwicklung des Geschäftsfeldes Energieeffizienz\*

Wir beabsichtigen, in Zukunft unsere Aktivitäten im Geschäftsfeld Energieeffizienz...



Quelle: DENEFF-Befragung  
„Branchenmonitor 2015“



# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER:

Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz e. V. (DENEFF)

## AUTOREN:

Adrian Bründl (PwC), Nicolas Deutsch (PwC), Martin Bornholdt (DENEFF e. V.),  
Charlotte Ruhbaum (DENEFF e. V.)

## SATZ UND GESTALTUNG:

peppermint werbung berlin GmbH – [www.peppermint.de](http://www.peppermint.de)

## TITELBILD:

Andrei Malov ([www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com))

## STAND:

April 2015

Alle Rechte sind vorbehalten. Die Nutzung steht unter dem Zustimmungsvorbehalt der  
Herausgeber.

Berlin, April 2015

Die Umfrage wurde mit freundlicher Unterstützung des Verbandes Kommunaler  
Unternehmen e. V. (VKU) und des Verbandes für Wärmelieferung e. V. (VfW) durchgeführt.



**Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz e. V. (DENEFF)**

Kirchstraße 21 · 10557 Berlin · Telefon: (030) 36 40 97-01

E-Mail: [info@deneff.org](mailto:info@deneff.org) · [www.deneff.org](http://www.deneff.org)