



Otto Klatte: „Einblick, wo Einsparpotenziale liegen“

# Mehr Effizienz für den Mittelstand

Der Energiedienstleister Watt Deutschland GmbH hat in den mittelständischen Unternehmen seine Zielgruppe für Effizienzberatungen gefunden.

VON KAI ECKERT

**E**nde November vergangenen Jahres starteten in Nordrhein-Westfalen und in der Metropolregion Hamburg zwei von dem Frankfurter Energieanbieter initiierte neue Arbeitsgruppen zur Steigerung der Energieeffizienz. Innerhalb der kommenden drei Jahre wollen die jeweils bis zu 15 beteiligten Unternehmen in den branchenübergreifenden Kooperationen voneinander lernen. Ziel der Teilnehmer ist es, die Energiekosten von jährlich mehr als 100.000 Euro pro Unternehmen um durchschnittlich fünf bis zehn Prozent

abzusenken. Mit im Boot sind bei der „EffizienzAllianz Nord“ unter anderem die Spiegel-Verlagsgruppe, der Cabelstapler-Hersteller Jungheinrich und der Schaltschrank-Ausrüster Planmenberg. In Nordrhein-Westfalen kommen beispielsweise RWK-Einbauleuchten, der Holzverarbeitungs-Maschinenbauer IMA-Klössmann oder Glasrecycling Leeseringen hinzu.

So ganz neu ist die Idee solcher Interessengemeinschaften zur Steigerung der Energieeffizienz nicht. Das räumt auch Otto Klatte, Geschäftsführer von Watt Deutschland, im Gespräch mit

Mittelstand noch sehr am Anfang steht und häufig auch recht stichtunförmlich behandelt wurde“, erklärt Klatte seinen Antrieb, in diesem Bereich nun aktiv zu werden. Es sei kein Problem gewesen, Mittelständler für das Thema an sich zu begeistern. Allerdings sind Zeit, Geld und vor allem fehlende Personalressourcen ein bedeutender Hemmschuh, um ein stärkeres mittelständisches Engagement im Bereich der Energieeffizienz zu erreichen. „Energie verwenden statt verschwenden“, ist das Motto der Watt EffizienzAllianzen.

## Die Nutzer einbeziehen

Der Energieanbieter will seinen Kunden nicht nur Strom und Gas liefern, sondern auch analysieren, wie diese die Energie einsetzen. „Jede nicht verbrauchte Kilowattstunde ist ökonomisch und ökologisch sinnvoll“, sagt Klatte. Deshalb startet der energieeffiziente jede seiner EffizienzAllianzen auch mit einer Ausgangsanalyse in den beteiligten Unternehmen. „In einer Initialberatung schauen wir uns über alle Energieformen hinweg die gesamten Verbräuche an und analysieren, wo Energie im Unternehmen verbraucht wird. Dadurch bekommen wir einen Einblick, wo Einsparpotenziale liegen und erstellen daraus einen Katalog mit rund 20 Maßnahmen“, beschreibt Klatte das Vorgehen. Gemeinsam mit dem Kunden wird dann abgestimmt, was in den kommenden drei Jahren umgesetzt werden kann und es werden entsprechende Ziele formuliert. Zu dreißig vier Treffen kommen die teilnehmenden Unternehmen im Jahr zusammen und tauschen sich branchenübergreifend über ihre Erfahrungen aus. Außerdem erhalten die Teilnehmer einen jährlichen Monitoring-Bericht, mit dem sie die Fortschritte überwachen und ihren Erfolg kontrollieren können.

Ein gutes halbes Jahr nach dem Start der ersten EffizienzAllianzen haben die Teilnehmer nun begonnen, ihre

selbst beschlossenen Maßnahmen in ihren Unternehmen umzusetzen. Diese reichen von der Modernisierung der Heizungstechnik über eine effizientere Druckluftzeugung bis hin zu intelligenteren Beleuchtungssystemen. Im Durchschnitt würden sich die Investitionen schon nach knapp zwei Jahren auszahlen, sagt Klatte. Neben den Investitionen in effizientere Energietechnik ist aber auch die Sensibilisierung der Mitarbeiter für einen bewussteren Umgang mit Energie ein wichtiger Baustein für mehr Effizienz. „Was hilft ein energieeffizientes Gebäude, wenn die Nutzer ineffizient handeln?“, fragt Klatte und nennt die bei Sommerhitze geöffneten Fenster als Beispiel, gegen die die Klimaanlagen dann anarbeiten müssen. Die Teilnehmer der EffizienzAllianzen will Klatte denn auch als Energiebotschafter verstanden wissen. Sie sollen die Botschaft vom effizienten Umgang mit Energie in die Unternehmen hineinbringen und dort einen Sinneswandel herbeiführen.

## Teilnehmer der EffizienzAllianzen sind Energiebotschafter

Für die nächsten drei bis fünf Jahre rechnet Klatte noch mit vielen neuen Effizienz-Netzwerken. Er selbst sieht die Kooperationen als Einstieg, um mit seinen Kunden auch bei Energiemanagement und Energieeffizienz-Controlling ins Gespräch zu kommen. Als Stromlieferant für Unternehmenskunden war die Watt Deutschland GmbH 1998 gegründet worden und hat sich schnell als Energieanbieter für den Mittelstand etabliert. Daneben wurden frühzeitig auch individuelle Energielösungen für Filialisten angeboten. Dieser zweiten Zielgruppe soll nun auch das Thema Energieeffizienz nähergebracht werden. Bis zum Jahresende sollen dazu zwei neue EffizienzAllianzen gestartet werden.