



Content Marketing in ener|gate-Qualität

4 gute Gründe für ener|gate Kommunikation:



1. Wir verstehen Energie

Wir kennen den Energiemarkt aus dem Effeff. Durch den Zugriff auf den Content-Pool des ener|gate-Fachverlages haben wir Trends und Themen laufend im Blick.



2. Wir finden Ihre Story

Wir identifizieren den Content, der zu Ihrem Unternehmen passt. Gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern und Kunden entwickeln wir aus Ihrem Geschäft fesselnde und verständliche Geschichten.



3. Wir texten für Ihre Ziele

Wir helfen Ihnen, neue Kunden zu gewinnen und bestehende zu entwickeln: mit professionell geschriebenem Content für anspruchsvolle Energie-Themen.



4. Wir übernehmen das für Sie

Wir garantieren feste Ansprechpartner und klare Verantwortlichkeiten. Das spart Ihnen Zeit, Geld und Nerven – damit Sie sich ganz auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Unser Angebot für Ihre Kommunikation



CORPORATE PUBLISHING

Ihr Unternehmen ist besonders. Zeigen Sie es!

Magazine. Newsletter. Event-Berichte. Unternehmensberichte. Websites & Portale. Ihr Newsletter von ener|gate. Seriös, sachlich, leserfreundlich.

Sehen Sie mehr auf den Seiten 4-7.

CONTENT

Information schafft Vertrauen. Geben Sie Wissen weiter!

Themenscouting. Whitepaper. Marktberichte. Marktdaten & Nachrichten. Ihr Whitepaper von ener|gate. Fundiert, formulierungssicher, zielorientiert.

Sehen Sie mehr auf den Seiten 8-11.



PUBLIC RELATIONS

Sie sind Experte für Energie. Bringen Sie sich ins Gespräch!

Medienarbeit. Ghostwriting. Sonderformate. Round-Table-Gespräche. Ihr Round Table von ener|gate. Organisiert, moderiert, aufbereitet.

Sehen Sie mehr auf den Seiten 12-15.



Haben Sie Fragen?

Unsere Ansprechpartner finden Sie auf Seite 16.



CORPORATE PUBLISHING

EVL Newsletter

Die Energieversorgung Leverkusen GmbH & Co. KG (EVL) fördert die **Kundengewinnung** im B2B-Bereich mit einem regelmäßigen Newsletter von ener|gate Kommunikation. Er erscheint viermal im Jahr und geht an rund 3.500 Bestands-, Neu- und Potenzial-Kunden.

Der Newsletter stützt das **Upselling** mit Informationen über neue Produkte und Dienstleistungen. Außerdem gibt er den Unternehmen **Orientierung** in der oft unübersichtlichen Energiepolitik und intensiviert so die **Kundenbindung**. So informiert der Newsletter zum Jahresende regelmäßig über anstehende Änderungen bei Steuern, Abgaben und Umlagen.



Warum ein Newsletter von ener|gate?

Ein Newsletter von ener|gate Kommunikation vereint energiewirtschaftliches Fachwissen mit professioneller Redaktion und setzt Ihre Ziele in der Kundenkommunikation um. Alles aus einer Hand, vom Editorial über die Produktinformation bis zum Besonderer-Ausgleichsmechanismus-Update.

Unsere Leistungen:

- › Themenrecherche und Beratung
- › Texterstellung, Redaktion und Lektorat
- › Umsetzung des Newsletters in eine HTML- und PDF-Version
- › Versand als HTML-Mail mit PDF-Anhang
- › Unsubscriber-Verwaltung

Ihr Nutzen:

- › Identifikation relevanter Themen mit Nutzwert für Ihre Kommunikation
- › Transfer von Energie-Fachwissen auf die Ebene Ihrer Kunden
- › kurzfristige, schnelle und unbürokratische Umsetzung
- › ein fester Ansprechpartner für Redaktion und Projektmanagement
- › Rundumbetreuung ohne Schnittstelle zu externen Dienstleistern

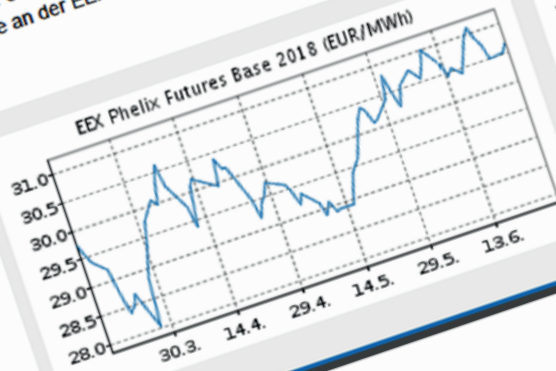
» Beim Newsletter von ener|gate Kommunikation stimmen einfach die persönliche Betreuung und das energiewirtschaftliche Know-how. «

Ursula Schubert
Unternehmenskommunikation
Energieversorgung Leverkusen



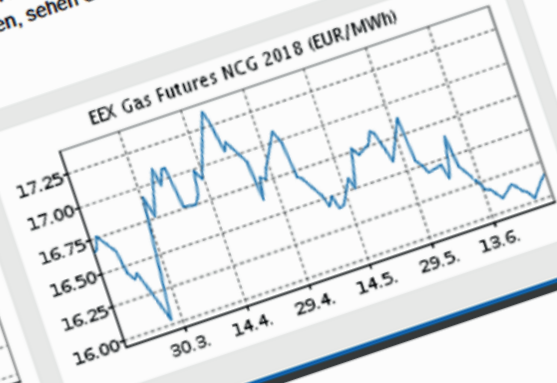
kostete... Bis Mitte Mai gab das Jani... teren Euro nach und pendelte einige von 29 Euro/MWh. Günstiges Öl und fallende... rungen waren Auslöser für diese Abwärtsbewegung. Die anderen Commodities des Monats beherrschten die anderen im weiteren Verlauf des Geschehen im Strommarkt. Daher zog der Jahreskontrakt 2018 in der zweiten Maihälfte wieder deutlich an, denn Kohle- und Ölnotierungen stiegen. Zudem zeigten sich die Wirtschaftsdaten aus dem Euroraum sehr robust. Die Notierung für das Frontjahr stieg erneut deutlich über die 30-Euro-Marke. Am 31. Mai kostete die Megawattstunde an der EEX 30,41 Euro.

In der Preisspanne zwischen 30 und 31 Euro/MWh ging es für das Frontjahr 2018 auch im Juni weiter. Weiterhin preisbestimmend: der Kohlemarkt. Die leichten Auf- und Abs für den Jahreskontrakt 2018 verlaufen nahezu deckungsgleich mit der Preiskurve des Kohlepreisindex API#2 (2018). Der CO₂-Handel habe keine Rolle gespielt, heißt es von Händlerseite. Der Jahreskontrakt 2018 notierte an der EEX am 19. Juni bei 30,99 Euro/MWh.



len Sommer... Einspeicherung... einem höheren Niveau st... Bis zum Ende des Monats bewegte sich ein Niveau um die 16,75 Euro/MWh.

Während die Händler Anfang Juni noch auf eine sich stabilisierende Seitwärtsbewegung der Gaspreise hofften, gaben zunächst die Ölpreise nach – und zogen den Gaspreis für das Lieferjahr 2018 mit nach unten. Der preisbestimmende Einfluss des Ölmarktes hielt auch im weiteren Verlauf des Monats an. Mit 16,50 Euro/MWh in den Juni gestartet, kostete die Megawattstunde am 20. Juni über 30 Cent weniger – nämlich nur noch 16,14 Euro/MWh. Wenn nicht politische Einflüsse zu einer Gegenbewegung führen, sehen die Händler eher noch Luft nach unten.



STROM
ENERGIEMARKTBERICHT

Kohlepreis diktiert Strompreis

Bis Ende März fiel der Jahreskontrakt 2018 parallel mit den Kohlepreisen. Zum Monatswechsel setzte eine Gegenbewegung ein. Händler nannten eine Erholung der Commodities sowie gute Geschäftsaussichten deutscher Unternehmen als Grund. Im Verlauf des Aprils bestimmte Windeneinspeisung wie auch verhältnismäßig hohe Gaspreise aufgrund der kalten Witterung trieben den Strompreis auf über 30 Euro/MWh. Schwache CO₂-Notierungen sowie sinkende Kohlepreise drückten den Strompreis dagegen unter die 30 Euro-Marke. Der Jahreskontrakt 2018 unter April an der EEX 29,73 Euro/MWh.

ERDGAS

Gaspreis folgt dem Ölpreis

Mit 16,76 Euro/MWh starteten die Gaspreise in den April. Von Händlerseite hieß es, die gute Stimmung für Rohöl und Kohle färbe auf den Gasmarkt ab. Das reichliche Erdgasangebot und die verhaltene Erdgaseinspeicherung hielten den Preisanstieg auf einem moderaten Level. Mit 17,36 Euro/MWh erreichte das Frontjahr 2018 am 18. April sein Monatshoch. Fallende Ölpreise zogen bis Ende April den Gaspreis mit nach unten. Am Monatsletzten kostete eine Megawattstunde für das Marktgebiet NCG 16,84 Euro.

Der Abwärtstrend hielt in der ersten Maihälfte an. Am 11. Mai stand das Frontjahr 2018 bei 16,40 Euro/MWh. Preis-senkend wirkten sich der nachgebende Ölpreis sowie die weiterhin zögerliche Einspeisung aus. Die Händler vermuten, dass gerade die derzeit geringe Einspeiseaktivität den ganzen Sommer über einen Preiseffekt ausüben könnte. Bei dem niedrigen Spread zwischen dem aktuellen und dem kommenden Winter lohne sich die Einspeisung als noch im Vorjahr.



CONTENT

innogy Whitepaper

Die innogy SE nutzt für ihre Geschäftskundenkommunikation ein Whitepaper zum Thema „Effiziente Energienutzung in Unternehmen“, um den **Vertrieb** zu unterstützen und **Leads** zu generieren.

Wir haben mit der von uns beauftragten Grafik-Agentur das **Corporate Design** von innogy in das neue Medium „Whitepaper“ übersetzt, passende **Inhalte** recherchiert und die gesamte Publikation produziert. Das sachlich informierende Whitepaper ist auf mehreren Websites von innogy hinterlegt, steht interessierten Kunden über ein Kontaktformular zur Verfügung und enthält Links zur Kundenberatung (**Call-to-Action**). Das Feedback von Kunden wie Mitarbeitern fällt durchweg positiv aus.

Warum ein Whitepaper von ener|gate?

Der Nutzen komplexer Energie-Dienstleistungen erklärt sich Ihren Kunden nicht von selbst. Ein ener|gate-Whitepaper bringt Übersicht in Gesetze, Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten und verdeutlicht Ihren Kunden die praktischen Anwendungsmöglichkeiten Ihrer Angebote.



Unsere Leistungen:

- › Konzeption und Seitenscribble
- › Recherche passender Inhalte und Abbildungen
- › Auswahl einer Grafik-Agentur, Briefing und Layout-Vorschläge
- › Texten, Redaktion und Lektorat
- › Beratung zur Einbindung in die bestehende Website über Call-to-Actions

Ihr Nutzen:

- › sachliche Produktinformation ohne Werbesprech
- › Spezialisierung auf B2B-Kommunikation von Energiethemen
- › zuverlässige Umsetzung mit Termin- und Kostensicherheit
- › ein fester Ansprechpartner für Redaktion und Projektmanagement
- › Rundumbetreuung ohne zusätzliche Schnittstelle zu externen Dienstleistern



- 02 Energieeffizienz – die Chancen entdecken
- 02 Die Effizienzpotenziale von Industrie und GHD
- 06 Energiemonitoring – der Weg zur Energieeffizienz
- 07 Energieeffizienz in der Gesetzgebung
- 09 Beratung als Basis zur Effizienzsteigerung
- 10 Energieeffizienz in der Praxis
- 12 Fazit

Port

steigt der Energiebedarf für elektrischen Strom, ne und industrielle Prozesse, sodass die Emissionen und Treibhausgas zunehmen. Im „Integrierten und Klimaprogramm“ verpflichtete sich die Bundesregierung zu einer 40-prozentigen Reduzierung der deutschen Treibhausgas-Emissionen bis 2020 gegenüber 1990 (Stand 2014: erreicht). Zudem sieht das Energiekonzept aus dem Jahr 2007 vor, dass Deutschland seinen Primärenergieverbrauch bis 2020 um 20 Prozent senkt und bis 2050 um 50 Prozent gegenüber 2008.

Effiziente Energienutzung ist ein Schlüssel zum Erreichen dieser Ziele und damit – neben dem Ausbau der erneuerbaren Energien – eine tragende Säule bei der Umsetzung der Energiewende.

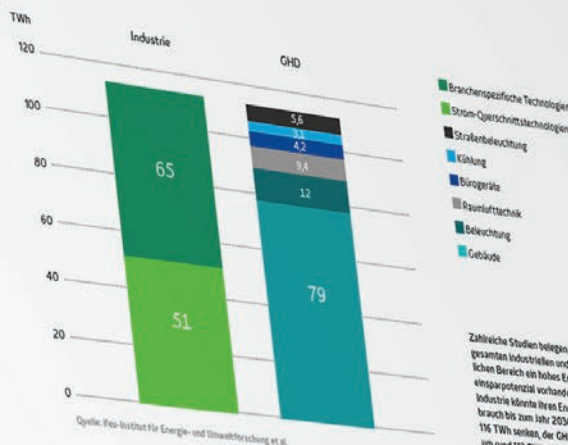
in Deutschland. Auch Industrie und Gewerbe sind aufgefordert, ihren Energieverbrauch auf den Prüfstand zu stellen. Laut Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) liegt in diesem Sektor das Energieeinsparpotenzial bei rund 40 Prozent.

Unternehmen können mit einer Vielzahl von Maßnahmen signifikante Energieeinsparungen erreichen. Um nur einige Beispiele zu nennen: Umrüstung auf LED-Beleuchtung, energetische Gebäudesanierung, Eigenenergieerzeugung mit PV-Anlage oder Modernisierung der Wärmeversorgung. Den Anreiz zur Effizienzsteigerung schafft dabei in erster Linie die Gesetzgebung: Umlagenreduzierung bzw. -befreiung sowie eine Reihe von Fördergeldern erhalten Unternehmen nur noch beim Nachweis von Energieeffizienzmaßnahmen.

Gut zu wissen!

- Ein verringerter Energieverbrauch senkt signifikant die Energiekosten.
- Unternehmen reduzieren nachhaltig ihre

Energieeinsparpotenzial bis 2030 (ggü. Energieeffizienzniveau 2008)



Zahlreiche Studien belegen, dass im gesamten industriellen und gewerblichen Bereich ein hohes Energieeinsparpotenzial vorhanden ist. Die Industrie könnte ihren Energieverbrauch bis zum Jahr 2030 um rund 1% TWh senken, der GHD-Sektor um rund 113 TWh.

Energieeffizienz steigern mit eigener PV-Anlage

Die Auswahl des Energieträgers zur Strom- und Wärmeversorgung hat erheblichen Einfluss auf die betrieblichen Energiekosten sowie die CO₂-Bilanz eines Unternehmens. Eine PV-Anlage zur Eigenstromerzeugung bietet Unternehmen mit ausreichend großen Dachflächen eine passende Lösung. Trotz rückläufiger Einspeisevergütung rentieren sich PV-Anlagen nach wie vor. Seit Jahren sinken die Modulpreise und somit die notwendigen Investitionskosten. Zudem gewinnt die Eigenstromerzeugung an Bedeutung, wodurch das Unternehmen Energiebezugskosten einspart. Eine Studie des Fraunhofer-Instituts für Solare Energiesysteme ISE belegt, dass sich der Eigenverbrauch umso mehr lohnt, je größer die Differenz zwischen den Bezugskosten und den Stromgestehungskosten der PV-Anlage ausfällt. Gewerbliche oder industrielle Verbraucher erreichen besonders dann hohe Eigenverbrauchswerte, wenn ihr Verbrauchsprofil am Wochenende nicht wesentlich einbricht (zum Beispiel Hotels, Krankenhäuser, Serverzentren, Kühlhäuser).

7,4 %

der gesunkenen Endenergiekosten
2016 aus PV-
Anlagen

Sie haben Fragen?
zum Kontaktformular

» Energieeffizienz treibt unsere Kunden um. Das Whitepaper von ener|gate bringt auf den Punkt, wie unsere Produkte sie dabei unterstützen können. «

Helmut Meierjohann
Sparte Vertrieb
innogy SE

Effizienz gesetzgebung

gaben der EU

zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 den Primärenergieverbrauch zu reduzieren. Hierzu hat die Europäische Kommission die Energy Efficiency Directive (2012/27/EU) zur Energieeffizienz, die bestimmte Aspekte des Energieeffizienzplans in verbindlichen überführt. Die Mitgliedstaaten sind zur Umsetzung und Erfüllung ihrer nationalen Maßnahmen sowie Erfolge verpflichtet, bis zum Jahr 2020 – beginnend mit dem 30. April 2014 – einen nationalen Aktionsplan Energieeffizienz an die EU übermitteln. Im Jahr 2016 hat die EU beschlossen, dass der gesetzliche Rahmen des 2020 ausgedehnt werden soll.

nationalen Effizienzziele

schon ist, wie alle anderen EU-Mitgliedstaaten, dazu verpflichtet einen nationalen Aktionsplan Energieeffizienz (NAPE) zu erstellen. Er ist ein wichtiges Steuerungsinstrument für die deutsche Energieeffizienzpolitik. Die drei zentralen Zielsetzungen im NAPE lauten: die Energieeffizienz im Gebäudebereich voranzubringen, die Energieeffizienz als Rendite und Geschäftsmodell etablieren und die Eigenverantwortlichkeit für Energieeffizienz zu erhöhen. Im vorgeschriebenen NAPE enthalten kurz-, mittel- und langfristige Effizienzziele für Verbraucher, Unternehmen und Kommunen.

Im Gegensatz zum NAPE sind im EDL-G-Kesetz über Energieeffizienzleistungen



Der NAPE-Maßnahmenkatalog für Unternehmen enthält unter anderem:

- CO₂-Gebäudeenergieeffizienzprogramm weiterentwickeln und ausbauen
- Anreizprogramm Energieeffizienz
- Energie-Contracting fördern
- ENEC-Energieeffizienzprogramme weiterentwickeln
- Neue Förderlinie „Abwärmevermeidung und -nutzung in gewerblichen Unternehmen“
- Initiative Energieeffizienz-Netzwerke
- Energieeffizienzmanager in Gewerbebetrieben unterstützen
- Informationsangebote zum branchenspezifischen Energieeinsatz entwickeln
- Energieaudits durchführen
- Energieberatung stärken

Effiziente Energienutzung in Unternehmen

BAFA überprüft Durchführung des Energieaudits

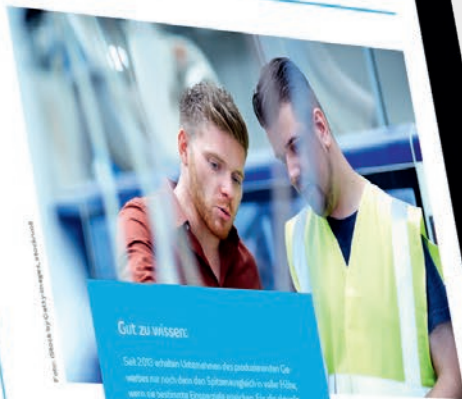
Mit der Umsetzung des EDL-G und der Kontrolle der Energieaudits ist das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) beauftragt. Seit Anfang 2016 führt das BAFA Stichprobenkontrollen zur Durchführung der Energieaudits durch und schließt die betroffenen Unternehmen an. Diese sind zur Überprüfung der angeforderten Informationen verpflichtet. Das BAFA prüft, ob die Unternehmen als Nicht-KMU vom Gesetz ausgenommen sind. Das BAFA prüft, ob die Unternehmen als Nicht-KMU vom Gesetz ausgenommen sind. Das BAFA prüft, ob die Unternehmen als Nicht-KMU vom Gesetz ausgenommen sind.



Gesamt 50 Unternehmen können Unternehmen in den NAPE-Katalog, wenn:

- in 250 oder mehr Mitarbeiter beschäftigen oder
- der Jahresumsatz über 50 Millionen Euro liegt oder
- die Jahresumsatze 43 Millionen Euro überschreiten

Kleine und mittlere Unternehmen sind derzeit noch vom NAPE ausgenommen. Eine Ausnahme gilt für Unternehmen des produzierenden Gewerbes, die den sogenannten Spitzenverbänden zur Förderung der Energie- und Stromeffizienz beitreten. Sie müssen die Erfüllung eines Energiemanagementsystems nachweisen – in Form eines Energieaudits nach DIN EN ISO 50471 oder eines alternativen Systems (gemäß Spitzenverbänden: Efficiency System Award – SpEFA).



Gut zu wissen:

Seit 2011 erhalten Unternehmen des produzierenden Gewerbes nur noch dann den Spitzenverbänden oder NAPE, wenn sie bestimmte Kriterien erfüllen. Für die NAPE-Zielsetzung gilt es, die Energieeffizienz im Jahr 2015 um 10

Energieeffizienz in der Praxis

Textilunternehmen rüstet auf LED-Technik um

Die Herausforderung für Unternehmen ist die Textilverarbeitung. Die meisten Energiekosten im Produktionsbereich sind in der Beleuchtung. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Produktion. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Produktion. Die Beleuchtung ist ein wichtiger Bestandteil der Produktion.

Das Ergebnis: Das Unternehmen hat sich für ein Produktivitätssteigernde. Das Ergebnis: Das Unternehmen hat sich für ein Produktivitätssteigernde. Das Ergebnis: Das Unternehmen hat sich für ein Produktivitätssteigernde.

Neue Produktionsstätte mit effizientem Heizsystem

Die Herausforderung für die Firma ist es, einen produktiven Unternehmen. Die Herausforderung für die Firma ist es, einen produktiven Unternehmen. Die Herausforderung für die Firma ist es, einen produktiven Unternehmen.

„Durch den Einsatz effizienter Technologie sparen wir rund 60 Prozent Energie.“

Das Ergebnis: Anstelle konventioneller Technologien setzen wir nun auf innovative Technologien. Die wichtigste Energieeffizienzmaßnahme ist die Installation von LED-Beleuchtung.

Effiziente Energienutzung in Unternehmen

Energieeffizienz im Unternehmen lohnt sich!

Die gesetzlichen Vorgaben zur Energieeffizienz sind zum effizienten Betrieb von Energieanlagen. Die gesetzlichen Vorgaben zur Energieeffizienz sind zum effizienten Betrieb von Energieanlagen. Die gesetzlichen Vorgaben zur Energieeffizienz sind zum effizienten Betrieb von Energieanlagen.

Nach dem Energieeffizienzgesetz (EEG) ist es für Unternehmen Pflicht, die Energieeffizienz zu verbessern. Nach dem Energieeffizienzgesetz (EEG) ist es für Unternehmen Pflicht, die Energieeffizienz zu verbessern.

Stärken Sie Ihr Unternehmen mit Energieeffizienz!

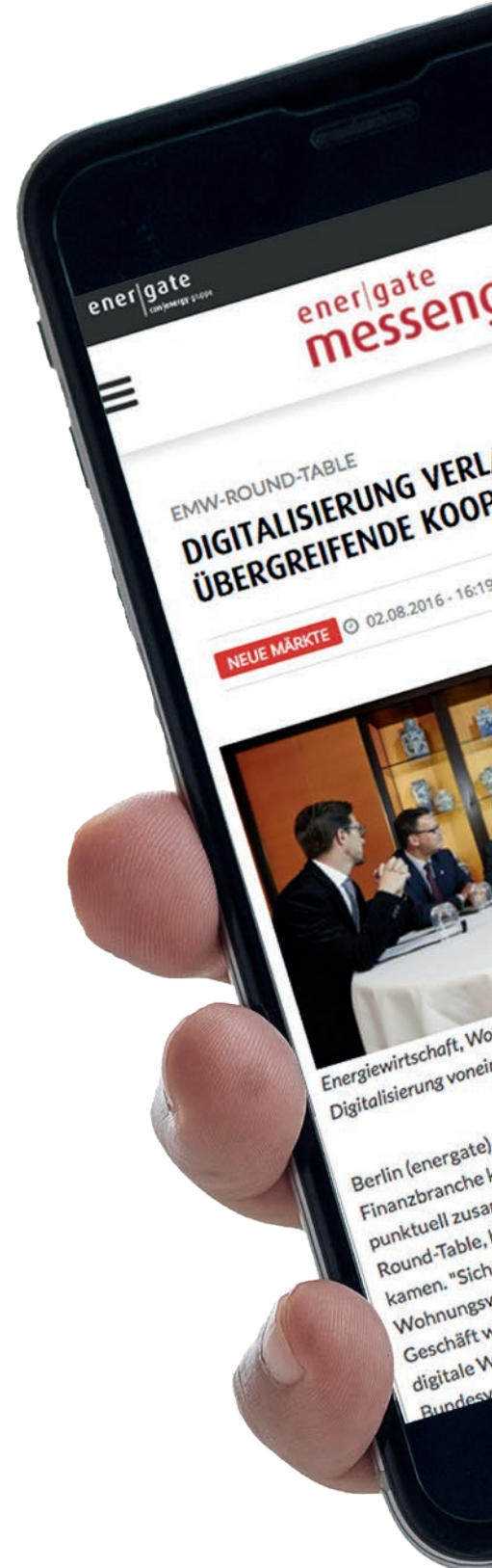
Der NAPE-Check zeigt Ihnen, ob Ihre Produktion. Der NAPE-Check zeigt Ihnen, ob Ihre Produktion. Der NAPE-Check zeigt Ihnen, ob Ihre Produktion.

1. Kennen Sie Ihren Jahresverbrauch von Energie?
2. Kennen Sie Ihre jährlichen Energiekosten?
3. Kennen Sie die Herstellkosten von Produkten?
4. Kennen Sie alle Möglichkeiten, um Energie zu sparen (z.B. Nachrüstung von Technologien, Wärmeabgewinnung)?

Aareal Bank ener|gate Round Table

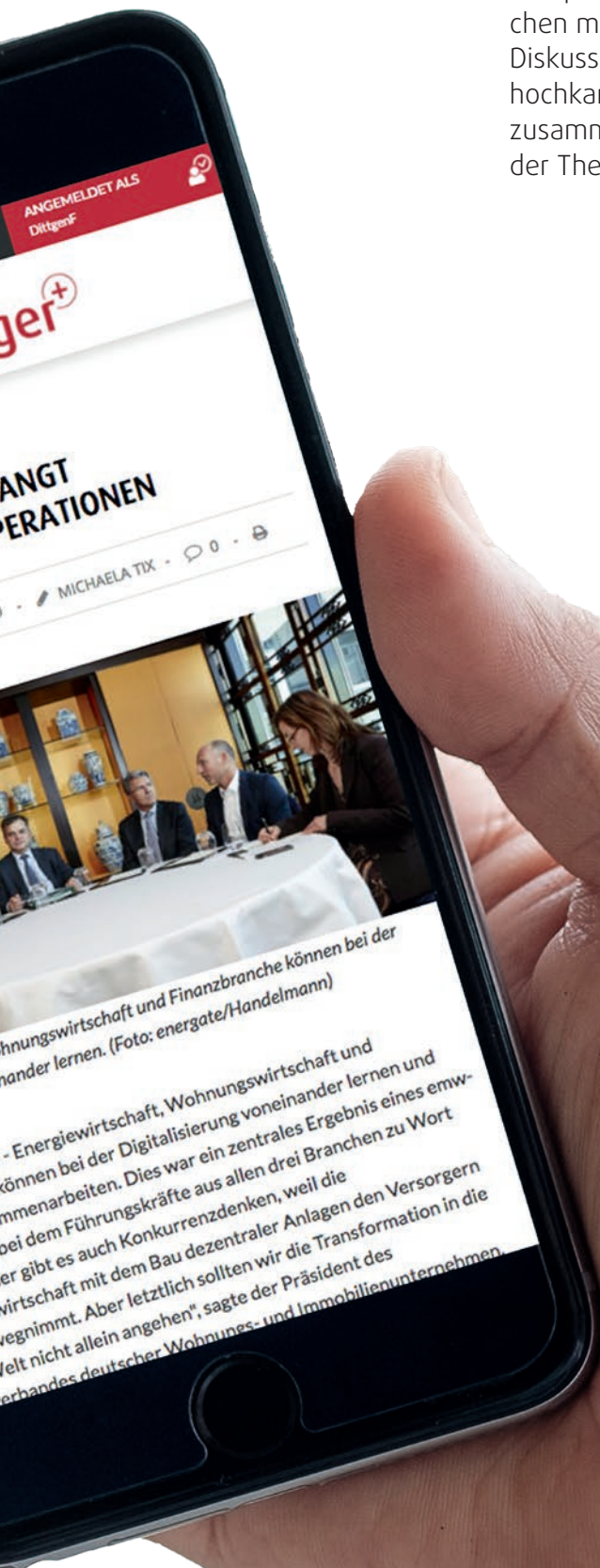
Die Aareal Bank hat die Abwicklung des Zahlungsverkehrs für Energieversorger als Wachstumsbereich identifiziert. Denn Energieversorgungsunternehmen stehen im **B2B-Geschäft** unter Wettbewerbsdruck und müssen ihre Prozesse kontinuierlich verbessern. Die Aareal Bank bietet dafür ein neues **Produkt**, das sich als Standardlösung für ein elektronisches Rechnungswesen eignet.

Um sich als Dienstleister in der Branche bekannt zu machen und **Aufmerksamkeit** für das Produkt zu generieren, hat sich die Aareal Bank für einen ener|gate Round Table entschieden. Für das von der Aareal Bank gesetzte Thema „Digitalisierung mal drei“ hat ener|gate die passenden Teilnehmer **akquiriert**.



Warum ein Round Table mit ener|gate?

Komplexe Produkte und politische Themen brauchen mehr als Werbeanzeigen. Die geschlossene Diskussionsrunde ener|gate Round Table bringt hochkarätige Teilnehmer aus Politik und Wirtschaft zusammen und setzt Ihre Botschaft in den Kontext der Themen, die die Energiebranche bewegen.



Unsere Leistungen:

- › Inhaltliche Konzeption, Organisation und Durchführung einer geschlossenen Diskussion
- › Auswahl, Akquise, Briefing und Betreuung der Teilnehmer
- › Moderation der Veranstaltung
- › Raummierte (Business Hotel), Catering, Fotograf
- › Publikationspaket: Berichterstattung in einem ener|gate-Magazin und im täglichen Infodienst ener|gate messenger+
- › Anzeigenpaket: flankierende Anzeigen in ener|gate-Publikationen (Magazin/Website/Newsletter)
- › Public-Relations-Paket: Belegexemplare (Print/Digital), Social-Media-Posts (Twitter/XING), PM

Ihr Nutzen:

- › Platzierung Ihrer Themen bzw. Lösungen in der Fachöffentlichkeit
- › Interne Veranstaltung für eine offene Gesprächsatmosphäre und inhaltlich fundierte Diskussion
- › ener|gate-Label für hohe Authentizität und Glaubwürdigkeit
- › Durchführung aus einer Hand
- › Crossmediale Berichterstattung für hohe Reichweite und längere Aufmerksamkeit bei Ihrer Zielgruppe

» Unser Round Table mit ener|gate war genau die richtige Plattform, um u.a. unser komplexes BKO1 eConnect in der Branche zu positionieren. «

Andreas Beckmann
Director Wohnungswirtschaft -
Integrated Payment Solutions
Aareal Bank



e/m/w-Round-Table Digitalisierung mal drei

mit Thomas Ortmanns, Michael Heidkamp, Axel Gedaschko
und Prof. Dr. Claus E. Heinrich



e/m/w-Round-Table

e/m/w-Round-Table Digitalisierung mal drei

Mit Digitalisierung im eigenen Unternehmen Geld und Zeit sparen. A seine Kunden zufriedener machen, binden oder vielleicht sogar neue. Diese Ziele hat schon manches Unternehmen für sich formuliert und e schon erste praktische Ansätze. In einem e/m/w-Round-Table kommen als Partner einander unterstützen? In der Finanzbranche, Wohnungswirtschaft und Energiewirtschaft kräfte aus der Finanzbranche, Wohnungswirtschaft und Energiewirtschaft

e/m/w:
Herr Gedaschko, welche Ziele verfolgt die Wohnungswirtschaft bei der Digitalisierung?

Axel Gedaschko:
Mit der digitalen Prozessoptimierung wollen unsere Wohnungsunternehmen schlicht und ergreifend Kosten senken und Zeit sparen. Schauen wir uns als Beispiel die Wohnungsübergabe an: Ungefähr zehn Prozent der Mieter ziehen pro Jahr um. Bei jedem Vorgang muss jemand in den Keller und den Zähler ablesen: ein ungeheurer Zeitaufwand, der sich digital sicherlich deutlich minimieren lässt. Ein anderes Beispiel ist die Mietersuche selbst, die mit 30 im Treppenhaus stehenden Interessenten alles andere als angenehm ist. Über einen digitalen Matching-Prozess könnte der Vermieter wie bei einer Partnerbörse eine Vorauswahl treffen. Dabei blieben zwei oder drei Interessenten übrig, die für die jeweilige Wohnung in Frage kommen.

e/m/w:
Wie weit sehen Sie die Wohnungsunternehmen auf dem Weg?

Axel Gedaschko:
Seit etwa anderthalb Jahren wächst das Bewusstsein dafür – allerdings langsam. Die Wohnungswirtschaft ist in vielen Fällen nicht die Speerspitze der Bewegung, auch wenn einzelne Prozesse schon seit vielen Jahren digitalisiert sind. Es gibt viele Unternehmen, die haben die entsprechende Software, nutzen die entsprechenden Möglichkeiten aber nicht. Und Es gibt viele Unternehmen, die haben die sätzlichen Möglichkeiten in Richtung Digitalisierung sind so gut wie gar nicht vorhanden. Woran liegt das? Der Wohnungswirtschaft geht es im Moment in weiten Teilen in den bevölkerungsschwachen Gegenden, wo größere Anstrengungen notwendig sind. Aber auch die Unternehmen der Wohnungswirtschaft müssen früher oder später in den Ring. Daher sage ich: Wir

haben jetzt die Möglichkeit zu erproben!

e/m/w:
Gibt es Unterschiede zwischen großen und kleinen Wohnungsunternehmen?

Axel Gedaschko:
Ein durchschnittliches Wohnungsunternehmen hat 18 Mitarbeiter, entsprechend auch keine eigene Forschungsabteilung. Aber auch die sind zurückhaltend. Deshalb sind auf Partner in diesem Feld angewiesen. Wer kommt in Frage? Wir sehen Plattformen wie Apple und Google, die sich etwa im Smart-Home-Bereich positionieren. Allerdings nicht möglich und ein Abschöpfen unserer Unternehmen wollen wir unbedingt ausschließen. Daher sind wir bei bestimmten Geschäftsfeldern auf der Suche nach Partnern, die dort schon erfolgreich unterwegs sind, bei anderen versuchen

e/m/w:
Sind Google und Co tatsächlich ein Schreckgespenst?

Axel Gedaschko:

Ja, aber ein Schreckgespenst, das selbst Angst hat. Der frühere Google-Chef Eric Schmidt soll bei einem Mitarbeitertreffen gesagt haben: Irgendwo liegt irgendjemand und zielt auf uns, und es kommt immer daher, wo du es nicht erwartest. Also, was müssen wir machen? Schlips ab, in die Garage gehen!

e/m/w:
Herr Heidkamp, Sie haben bereits gesagt, dass Energieversorger für die Digitalisierung mit den „Garagenleuten“

zusammenarbeiten müssen. Wie schwer ist es als traditioneller Energieversorger, neue Ideen und Input ins Unternehmen zu holen?

Michael Heidkamp:

Schwer, auf einer Skala von eins bis zehn würde ich sagen acht oder neun. Wir müssen komplett umdenken, von einer zentralen Produktionsplattform hin zum Kunden. Umsetzen tun wir dies, indem wir bei EWE einige Kollegen in sogenannten Inspiration Center oder War Rooms verlagern und die IT näher an den Fachbereich heranrücken. Auf der anderen Seite beteiligen wir uns an Start-ups. Das heißt, man muss etwas ausprobieren, eine App schreiben, und wenn es nicht funktioniert, dann einfach etwas Neues machen!

e/m/w:
Herr Ortmanns, als Bank dürfte Ihnen eine solche Fehlerkultur vermutlich schwer fallen oder schlagen Sie einen ähnlichen Weg ein?

Thomas Ortmanns:

Als Bank vertrauen unsere Kunden natürlich darauf, dass wir Qualität liefern. Aber beim Thema Innovationskultur sind Banken in jeglicher Hinsicht ganz genauso gefordert, ihr eigenes Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Deshalb ist es wichtig, neue Dinge auszuprobieren und konsequent aus den gemachten Erfahrungen zu lernen.

e/m/w:
Mit wie wenig Papier können Sie denn auskommen?

Thomas Ortmanns:

Bereits heute können wir auf eine Menge Papier bei den normalen Bearbeitungsprozessen verzichten. Als Bank haben wir allerdings oft eine Legitimationspflicht, die wir in Zukunft womöglich über Videos lösen können. Dazu kommen viele regulatorische und aufsichtsrechtliche Hürden. Leider können wir heute noch nicht ganz auf Papier verzichten, aber vieles wird zukünftig auch ohne ablaufen können, wenn Daten eindeutig technisch identifizierbar sind.

e/m/w:
Wir haben bereits viel über unternehmensinterne Vorteile gesprochen. Was hat denn der Kunde vom Digitalisierungstrend?

Michael Heidkamp:

Ein Stichwort in der Energiewirtschaft ist Smart Living. Alles rund ums Zuhause oder

rund ums Wohnen soll für den Verbraucher einfacher werden. Und hier beobachtet man an mancher Stelle schon wieder, dass Apps zu kompliziert werden, will heißen, Sie kriegen alle möglichen Funktionen, die Sie so nicht brauchen. Eine Marktanalyse zur Ableitung der Kundenwünsche über zwei, drei Jahre können wir uns allerdings auch nicht mehr leisten, hier müssen wir schneller werden. Auf der anderen Seite hat ein Energieversorger nicht nur Haus- und PV- oder Windanlagen. Hier geht es um „intelligente“ Investitionen auch in Tagesprognosen hin zu Echtzeitsystemen, um unsere Stromnetze stabil zu halten. Wir wollen also mehr in Intelligenz als in Kupfer investieren, auch wenn unser derzeitiges Regulierungssystem dies nicht belohnt.

e/m/w:
Was genau verstehen Sie unter Smart Living?

e/m/w:
Herr Gedaschko, ist der Eigenheimbesitzer oder Mieter bereit für Smart Living?

Axel Gedaschko:

Der Mieterbund tritt bei den Themen Smart Living und Smart Meter extrem kritisch auf. Das A und O ist hier, sich Vertrauen zu erarbeiten und zu bewahren. Es sollte ein Selbstschutz für diejenigen Kunden eingebaut werden, die zu leichtfertig mit ihren Daten umgehen. Das haben wir auch mit dem Mieterbund diskutiert – und unter dieser Bedingung ist er bereit, vorsichtig mitzugehen. Grundsätzlich sieht die Wohnungswirtschaft eine riesige Chance beim Thema Energieeffizienz, weil es dort einen Hebel gibt, das Verhalten der Menschen zu ändern. Aber man muss auch auf die vielen Mieter gucken, die sich das noch nicht leisten können. Im

e/m/w:
Ist das ein reales Geschäft für Energieversorger, Herr Heidkamp?

Michael Heidkamp:

Noch nicht. Aber es ist eine Möglichkeit, eine banale Stromlieferung zu ergänzen mit einem Produkt, um nicht vergleichbar zu werden. Wir werden zunehmend die Produkte so konfektionieren, dass wir uns

ekt gibt es zwei Gruppen: Die eine estyle und hat das notwendige für – die andere nicht, sie könnte mindest von Energieeinsparungen

Heinrich:

eräte, die wir heute für Smart-Szenarien brauchen, sind für den Markt noch relativ teuer. Das ist aber sehr schnell ändern. Ein hip hat anfangs auch zehn Euro, heute sind wir bei rund drei. Die Preise fallen, wird sich die Anbieter müssen ihre preismodelle verändern. Wenn der obald die Preise fallen, wird sich preis erhöhen. Das ist aber für das intelligente Messgerät im r vielleicht ab, weil er den Nutzen nicht erkennt. Wenn man ihm das ostelos zur Verfügung stelle und mit verbundene Mehrwertservices ist er aber sehr wohl bereit, in die zu greifen. Das ist ähnlich wie bei den habe kann ich beginnen, ihm Services zu verkaufen.

Thomas Ortmanns:

Die Frage nach dem Geschäftsmodell eine Frage der Perspektive. Der klassische Haushaltskunde wird vielleicht nur wenig für Smart Living bezahlen wollen. Aber es gibt sicher genügend Dritte, die diese Dienstleistungen verstärkt nachfragen. Aber da sehe ich in Deutschland, es ist das Thema Sicherheit. Nehmen Sie nur das Thema Sicherheit. Nehmen es die volkswirtschaftlichen Kosten zur Gewährleistung der Sicherheit oder zur Branche hier über entsprechende Services und Produkte die Kosten senken. Frankreich zum Beispiel ist es inzwischen Hause die digitalen Chancen zu nutzen. Es wird dort sogar staatlich gefördert, weil es keine Berührungspunkte gibt, einen privaten Pflegedienst oder Arzt einzubinden. Natürlich ist Datenschutz wichtig, aber wir leisten in Deutschland dazu, ihn so zu praktizieren, dass kein anderer irgendwelche Daten nutzen kann, auch der nicht, der sie eigentlich wirklich bräuchte.

e/m/w:
kommen wir von der Pflege zu einem anderen Anwendungsfall: der dezent-



Axel Gedaschko

Jahrgang 1959

- Studium der Rechtswissenschaften in Hamburg und Göttingen
- 1993-2000 juristischer Dezernent im Dienst des Landes Niedersachsen
- 2007-2008 zum Senator der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hamburg
- 2008-2011 Wirtschaftssenator und Präses der Behörde für Wirtschaft und Arbeit, Hamburg
- seit 2011 Präsident, GDW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V.



Auf der anderen Seite dazu gewinnen. gearbeitet vielleicht ander lernen und nen Führungs- zu Wort.

chkeit, uns frühzeitig

schon großen Unternehmen?

ngs-

tr und

For-

Großen

wir

esen.

oyer

im

ber

it

n

PROF. DR. CLAUS E. HEINRICH

Jahrgang 1955

- Studium

Ihre Ansprechpartner



Antje Ellwanger

Redakteurin
a.ellwanger@energate.de
+49 (0)201.1022.514



Julia Hoeck

Redakteurin
hoeck@energate.de
+49 (0)201.1022.501



Oliver Risse

Redakteur
risse@energate.de
+49 (0)201.1022.520



Gregor Rauh

Key Account Manager
rauh@energate.de
+49 (0)201.1022.529



Andreas Rohde

Key Account Manager
rohde@energate.de
+49 (0)201.1022.506



Martin Schraa

Produktmanager
schraa@energate.de
+49 (0)201.1022.509

ener|gate ist der unabhängige Informations- und Kommunikationsdienstleister für Energiethemen. Seit dem Jahr 2000 steht ener|gate für aktuelle, fundierte und verlässliche Berichterstattung sowie professionelle und hochwertige Inhalte. Neben den führenden Publikationen der Energiewirtschaft aus dem ener|gate Fachverlag liefert ener|gate Kommunikation

passgenaue Kommunikationslösungen für Unternehmen der Branche. Zu den Kunden zählen sowohl international tätige Energie- und Wirtschaftsunternehmen als auch Regionalversorger, Stadtwerke, Verbände, Institute und Vereine.

ener|gate ist ein Unternehmen der con|energy Gruppe.