

Vom Wollen und Können rund um Energieeinsparungen in Unternehmen

Studie der e.optimum AG zur Energiesituation im Mittelstand



Vom Wollen und Können rund um Energieeinsparungen in Unternehmen

Studie der e.optimum AG zur Energiesituation im Mittelstand

Executive Summary

Der deutsche Mittelstand¹ gab 2016 und 2017 mindestens 4,1 Milliarden Euro zu viel an Stromkosten pro Jahr aus. Das ergibt eine Feldstudie der e.optimum AG. Zudem zeigt eine Befragung unter 262 Energieentscheidern in Unternehmen: Verantwortliche kennen zwar das Einsparpotential, aber nicht die Wege, um es zu erreichen – die größten Schrauben, um am Energiepreis zu drehen, nutzen nur wenige.

- 20 Prozent aller befragten Unternehmensverantwortlichen nannten Energiekosten als größte Belastung für die Zukunft von mittelständischen Unternehmen. Nach den Personalkosten werden damit Energieausgaben als größter Kostentreiber gesehen. Das ist vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels besonders hoch zu bewerten.
- Der deutsche Mittelstand gab in den Jahren 2016 und 2017 mindestens 4,1 Milliarden Euro jährlich zu viel für Strom aus. Wie viel einzelne Unternehmen einsparen können, ist sehr unterschiedlich und hängt vom jeweiligen Unternehmen ab.

Befragt wurden 262 Energieentscheider aus kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland (bis maximal 500 Mitarbeiter sowie ab 10.000 kWh Stromverbrauch pro Jahr). Die Energieentscheider arbeiten überwiegend im produzierenden Gewerbe. In 60 Prozent der Unternehmen sind die Energieentscheider die Geschäftsführer.

In einer **Feldstudie** ermittelte e.optimum zudem das tatsächlich versäumte Einsparpotential von 1.392 Unternehmen mit einem Jahresverbrauch zwischen 10.000 kWh und 6 Mio. kWh Strom innerhalb eines Zeitraumes von 12 Monaten in den Jahren 2016 und 2017.

¹ Als Mittelstand werden in dieser Studie definitorisch kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) verstanden. Dazu gehören auch Kleinunternehmen unter 10 Mitarbeitern.

- 75 Prozent der Entscheider sind sich über die ungenutzten Potentiale im Klaren: sie glauben, dass die Energiekosten weiter gesenkt werden können, vor allem durch Verbrauchsverhalten und günstigere Energieanbieter.
- Knapp ein Viertel der mittelständischen Unternehmen geht davon aus, mindestens 5.000 Euro pro Jahr an Energiekosten sparen zu können, einige davon sogar bis zu 250.000 Euro.
- Jedoch fühlt sich nur ein Viertel der Energieentscheider über die Energie-Einsparpotentiale gut informiert.
- In den meisten Unternehmen sind Geschäftsführer oder Inhaber für den Energieeinkauf zuständig.
- Nur wenige Unternehmen wechseln regelmäßig den Anbieter, obwohl sie wissen, dass dies eine der Haupt-Möglichkeiten ist, Kosten zu sparen.
- Nur wenige Unternehmen wissen, wie sie die größten Faktoren des Energiepreises beeinflussen können – Steuern, Abgaben und Umlagen.

Energie und der deutsche Mittelstand

Wie es mit dem Wollen, Tun und Wissen zum Thema Energie in mittelständischen Unternehmen in Deutschland aussieht.

In regelmäßigen Abständen beklagen Branchenverbände und Medien steigende Energiekosten für Unternehmen. Danach soll sich der Strompreis bis 2025 für viele Unternehmen um über 50 Prozent erhöhen². Laut dem Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) werden Energiepreise damit zu einem zentralen Wettbewerbsfaktor für den deutschen Mittelstand. Eine BDI-Umfrage attestierte sogar eine regelrechte Angst des Mittelstands vor steigenden Energiekosten³. Untersuchungen, wie der deutsche Mittelstand mit 2,4 Millionen Unternehmen auf diese drohende Kostenexplosion reagiert und Einsparpotentiale wahrnimmt, sind nicht bekannt. Um diese Wissenslücke zu schließen, gab die e.optimum AG eine Studie in Auftrag, die nicht nur den deutschen Mittelstand in puncto Energie unter die Lupe nimmt, sondern auch versäumte Einsparpotentiale identifiziert. Wie groß ist das tatsächliche Einsparpotential bei Unternehmen, wie weit geht der aktuelle Wissensstand rund um das Thema Energie und wo liegen die offensichtlichsten Missstände? Diese und weitere Fragen beantwortet die vorliegende, zweiteilige Studie, bestehend aus einer Feldstudie über 1.392 deutsche Unternehmen und einer repräsentativen Befragung von 262 Energieverantwortlichen in deutschen Unternehmen.

Feldstudie

Zunächst ermittelte die Energie-Einkaufsgemeinschaft e.optimum, welche Kosten Unternehmen im Jahr 2016 und 2017 mindestens hätten einsparen können, wenn sie sich für einen günstigeren Energieversorger bzw. ein günstigeres Angebot entschieden hätten. Dafür wurden knapp 1.400 Stromrechnungen analysiert und auf verpasste Einsparpotentiale hin überprüft. Hier betonen die Studienleiter, dass ausschließlich Einsparpotentiale im Stromeinkauf und Vertrieb (Marge) berücksichtigt wurden und nicht sonstige Maßnahmen, die grundsätzlich den Energieverbrauch oder weitere Strompreisbestandteile mindern könnten.

² Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI): <https://bdi.eu/artikel/news/der-mittelstand-ist-unter-druck/>

³ Markt und Mittelstand: <https://www.marktundmittelstand.de/themen/energie/energieeffizienz-im-mittelstand-angst-vor-steigenden-energiekosten-1214421/>

Befragung

Zusätzlich befragte das Marktforschungsinstitut Splendid Research (Fraunhofer Institut, Statista, WDR, BCG) aus Hamburg in einer repräsentativen Umfrage im Auftrag der e.optimum AG 262 Energieentscheider aus mittelständischen Unternehmen in Deutschland zu ihrer gegenwärtigen Energiesituation. Im Mittelpunkt steht dabei ebenso das Potential, Energiekosten zu senken und der Umgang mit den verschiedenen Hebeln.

KAPITEL 1

Die Energiesituation im Mittelstand

Um das Verhalten des Deutschen Mittelstandes in punkto Energie zu verstehen, wurden 262 Energieverantwortliche von Unternehmen unterschiedlicher Größe, von unter 10 bis 500 Mitarbeitern und aus den unterschiedlichsten Branchen (Abb. 12) befragt. Wobei die Hälfte der befragten Energieentscheider einen durchschnittlichen Stromverbrauch von unter 100.000 kWh angegeben haben. Der zweite große Teil lag bei oder über 100.000 kWh Stromverbrauch. Fast jeder siebte Energieverantwortliche kannte den Energieverbrauch seines Unternehmens nicht. Der Energieverbrauch bezieht sich dabei auf Strom.

„Wie hoch ist der Energieverbrauch in Ihrem Unternehmen?“

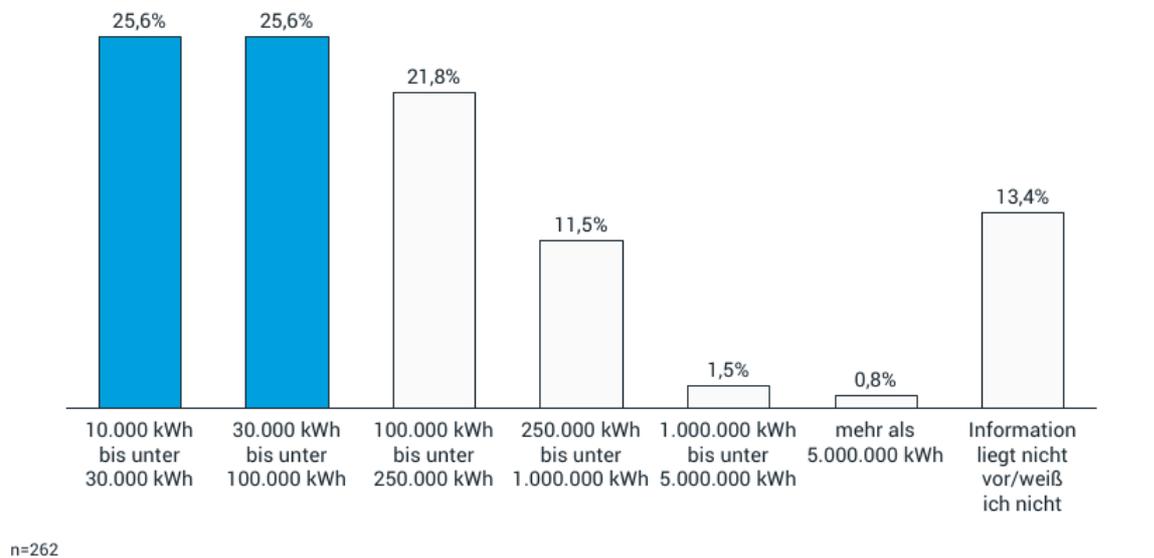


Abb. 1⁴

⁴ Zur besseren Lesbarkeit wurden Prozentwerte gerundet. Bei der Summierung der Teilergebnisse kann es dadurch in Einzelfällen zur Abweichung von 100 Prozent kommen.

In den meisten Unternehmen ist Energie Chefsache

Wie wichtig das Thema Energiekosten in mittelständischen Unternehmen ist, sieht man bereits an der Tatsache, dass in knapp 60 Prozent der befragten Unternehmen der Geschäftsführer oder der Inhaber für den Energieeinkauf zuständig ist. In 24 Prozent der Fälle wird das Thema im allgemeinen Einkauf abgewickelt und nur etwa 9 Prozent haben eine eigene Energieabteilung.

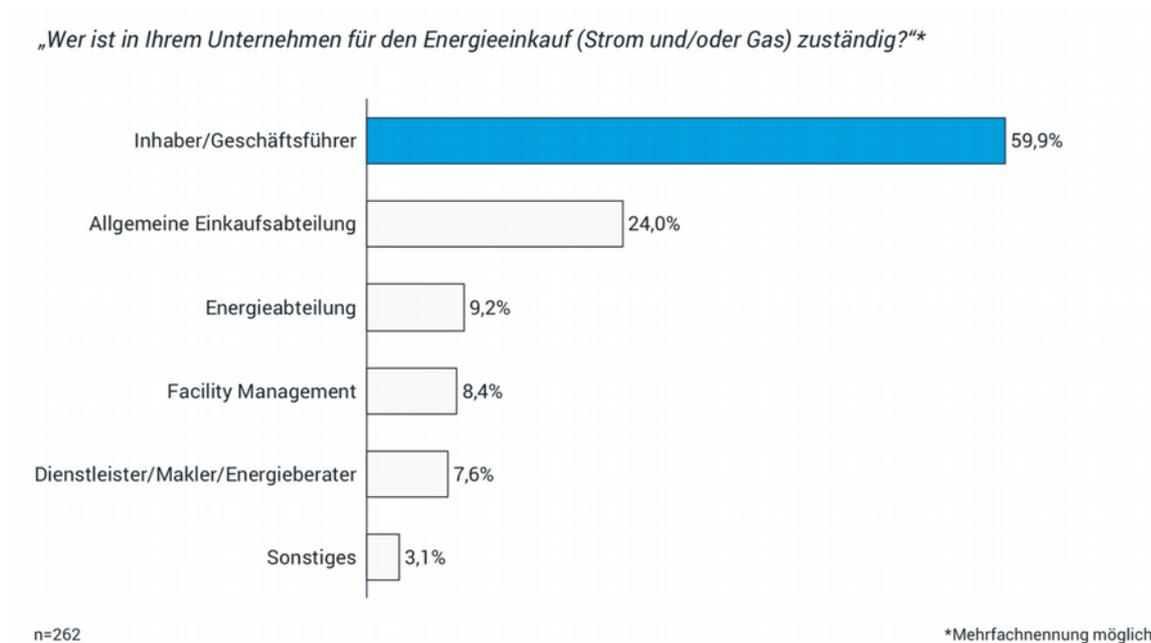


Abb. 2

Energieeinkauf: Wechsellmüdigkeit führt zu hohen Energiekosten

Betrachten wir das Thema Energieeinkauf genauer, geben die Hälfte aller kleinen und mittleren Unternehmen an, Strom und Gas von einem überregionalen Energieversorger zu beziehen, gefolgt von lokalen Stadtwerken (43 Prozent). Wie das Thema Energiekosten behandelt wird, liest man von der Zahl ab, wie oft der Energieversorger in den letzten 10 Jahren gewechselt wurde. Rund 38 Prozent haben einmal gewechselt, 32 Prozent mehr als einmal. 28 Prozent haben in den letzten 10 Jahren nie den Anbieter gewechselt. Allein dieses Ergebnis zeigt, dass viele Unternehmen nicht aktiv versuchen, ihre Energiekosten zu senken. Später in der Ergebniszusammenfassung wird deutlich, dass der Anbieterwechsel die zweithäufigste Maßnahme der Unternehmen ist, ihre Kosten zu senken.

Dass 11,5 Prozent der Befragten angaben, über den Direkteinkauf am Energiemarkt teilzunehmen werten die Studienleiter schlicht als Unkenntnis der Befragten, da es in keinem Fall der Realität entspricht und die Antworten nicht zu den jeweiligen Unternehmensgrößen passen. Dieses Untersuchungsergebnis ist eher dem Punkt „Fehlende Information“ zuzuordnen und passt zu dem Umfrageergebnis, dass sich 75 Prozent zu wenig über das Thema Energie informiert fühlen.

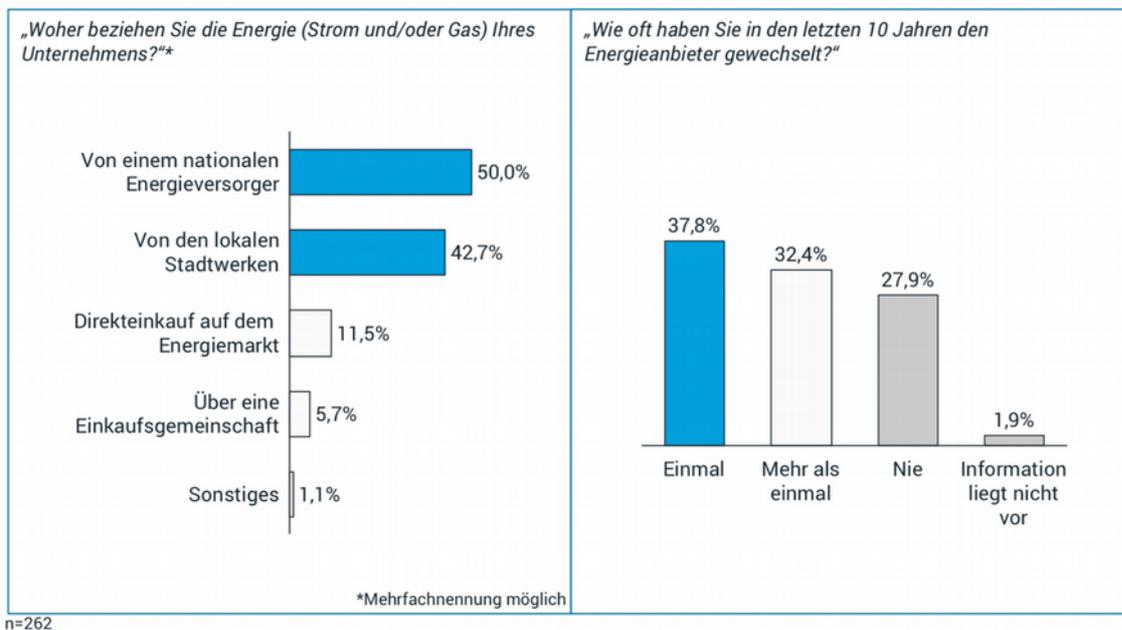


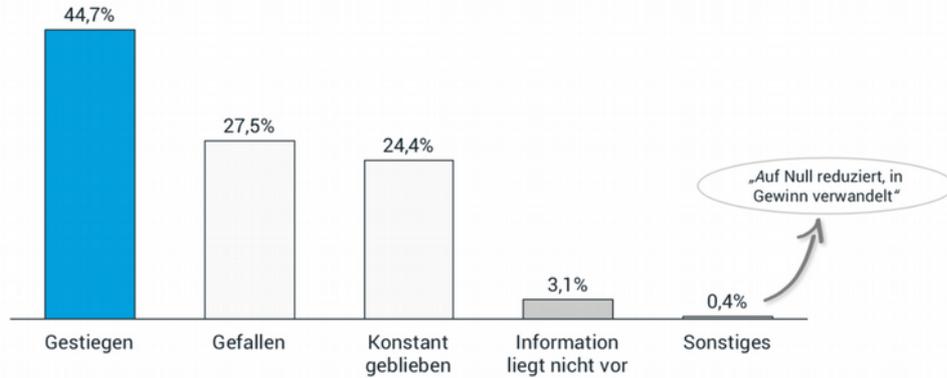
Abb. 3

Entwicklung der Energiekosten geht in zwei Richtungen

Auf die Frage, wie sich die Energiekosten in den letzten 10 Jahren entwickelt haben, gaben mit 44,7 Prozent fast die Hälfte an, sie seien im Unternehmen gestiegen. Das korreliert auch mit den allgemein gestiegenen Energiekosten am Markt. Dass mit 27,5 Prozent, mehr als ein Viertel angegeben haben, die Kosten seien gesunken, erklären sich die Studienleiter mit verbrauchssparenden Maßnahmen in diesen Unternehmen, auf die wir später in dieser Ergebniszusammenfassung ebenfalls eingehen. Einige wenige Unternehmen konnten durch den Aufbau von Energie-Erzeugungsanlagen aus erneuerbaren Energien (etwa Photovoltaik oder Windkraft) ihre Energiekosten sogar stark senken.

Abb. 4

„Wie haben sich die Energiekosten Ihres Unternehmens in den letzten 10 Jahren entwickelt?“



Energiemanagement: Nur ein Drittel plant Einsparmaßnahmen in nächster Zeit

Drei Viertel der mittelständischen Unternehmen nutzen bis dato kein Energiemanagement-System. Das heißt im Umkehrschluss, dass nur ein Viertel der mittelständischen deutschen Unternehmen Energieverbrauch strukturiert plant und nach Ressourcen und Kostenschonung analysiert. Jedoch plant nur etwas mehr als ein Drittel der Energieentscheider sicher, in nächster Zeit Energieeinsparmaßnahmen vorzunehmen.

Energiekosten sind starker Kostentreiber

Für die Zukunft sehen mehr als 20 Prozent der Unternehmen die Energiekosten als den größten Kostentreiber (Abb. 5). Gerade vor dem Hintergrund von fehlenden Fachkräften ist diese Aussage besonders hoch zu bewerten. In absoluten Zahlen sind das bis zu 480.000 Unternehmen in Deutschland bei einer Gesamtzahl von 2,4 Millionen mittelständischen Unternehmen in der Bundesrepublik (Quelle: Statistisches Bundesamt).

„Was sehen Sie als größte Kostenbelastung für die Zukunft des Unternehmens?“

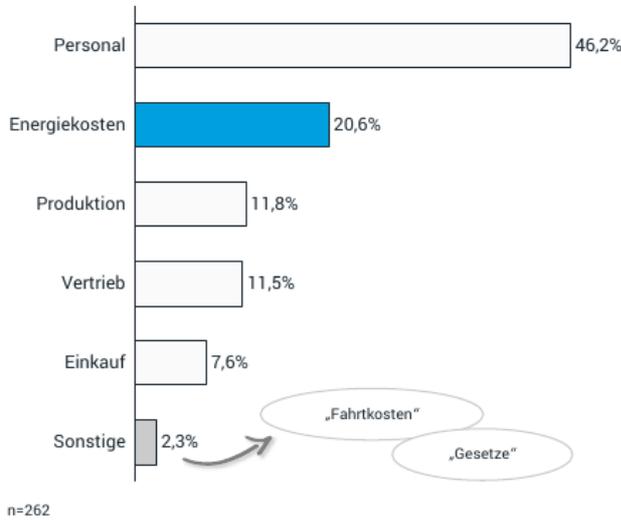


Abb. 5

Nur ein Viertel aller Mittelständler ist zufrieden mit der Energiesituation

Lediglich ein Viertel aller Mittelständler sind mit ihrer Energiesituation zufrieden (betreffend Kosten, Verbrauch und Transparenz; Abb. 6). Das verwundert zunächst, lässt sich aber anhand der weiteren Ergebnisse der Studie wie folgt erklären: Unternehmen sehen großes Einsparpotential, fühlen sich aber nicht gut darüber informiert. Folgerichtig lassen sie den größten Kostenfaktor beim Energiepreis (steuerliche und staatliche Gebühren) weitgehend unberücksichtigt.

„Wie zufrieden sind Sie mit der aktuellen Energiesituation (Kosten, Verbrauch, Transparenz, etc.) in Ihrem Unternehmen?“

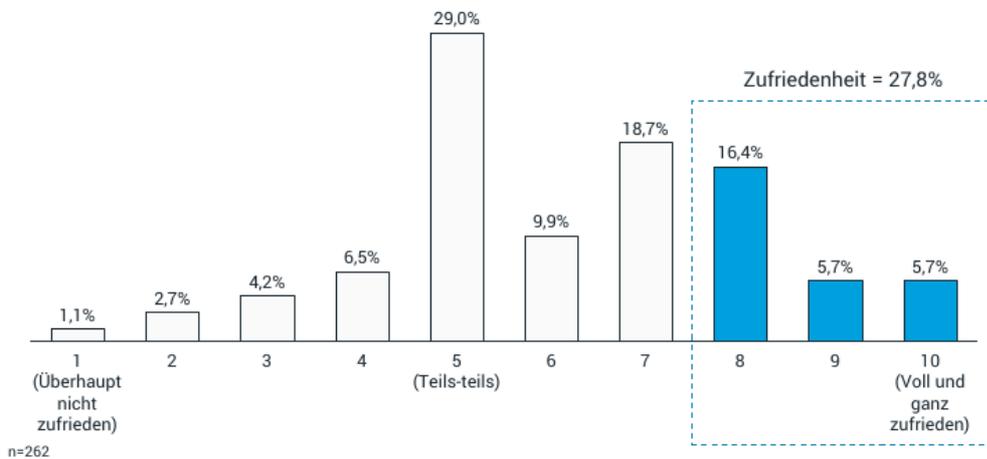


Abb. 6

KAPITEL 2

Das Einsparpotential

Dieses Kapitel vergleicht die gefühlten Einsparpotentiale im deutschen Mittelstand mit den tatsächlich versäumten Einsparpotentialen in den Jahren 2016 und 2017. Es zeigt zudem, dass Energieentscheider sich nicht genügend über Einsparmaßnahmen informiert fühlen, was sich letztlich in fehlenden Maßnahmen niederschlägt.

Feldstudie: Versäumte Einsparpotentiale bei den Energiekosten

1.392 Unternehmen mit einem Strom-Jahresverbrauch zwischen 10.000 kWh und 6 Mio. kWh wurden von den Energieexperten von e.optimum auf ihr Einsparpotential in einem Zeitraum von 12 Monaten in den Jahren 2016 und 2017 hin überprüft. Das Potential zeigt, wie viel Geld diese Unternehmen hätten mindestens einsparen können, wenn sie von den Möglichkeiten, über einen Anbieterwechsel ihre Stromkosten zu senken, Gebrauch gemacht hätten.

Das Ergebnis: Viele KMUs könnten über 10.000 Euro jährlich einsparen, allein indem sie ihren Energieeinkauf anders organisieren. Im Schnitt kann jedes Unternehmen etwa 1.730 Euro pro Jahr sparen – das individuelle Einsparpotential für die einzelnen Unternehmen ist allerdings sehr unterschiedlich. Es kann zwischen wenigen 100 bis 80.000 Euro pro Jahr betragen und hängt u.a. von der Branche, dem Verbrauch und der spezifischen Situation des Unternehmens ab.

Befragung: Gefühltes Einsparpotential ähnlich wie das reale

Die Ergebnisse der Befragung decken sich mit denen der Feldstudie: 75 Prozent der Entscheider glauben, dass sie ihre Energiekosten weiter senken können, vor allem durch Verbrauchsverhalten und günstigere Energieanbieter.

Knapp ein Viertel der mittelständischen Unternehmen geht davon aus, mindestens 5.000 Euro pro Jahr an Energiekosten sparen zu können – teilweise sogar bis zu 250.000 Euro.

„Wie groß sehen Sie das Einsparpotential beim Thema Energie pro Jahr für Ihr Unternehmen?“

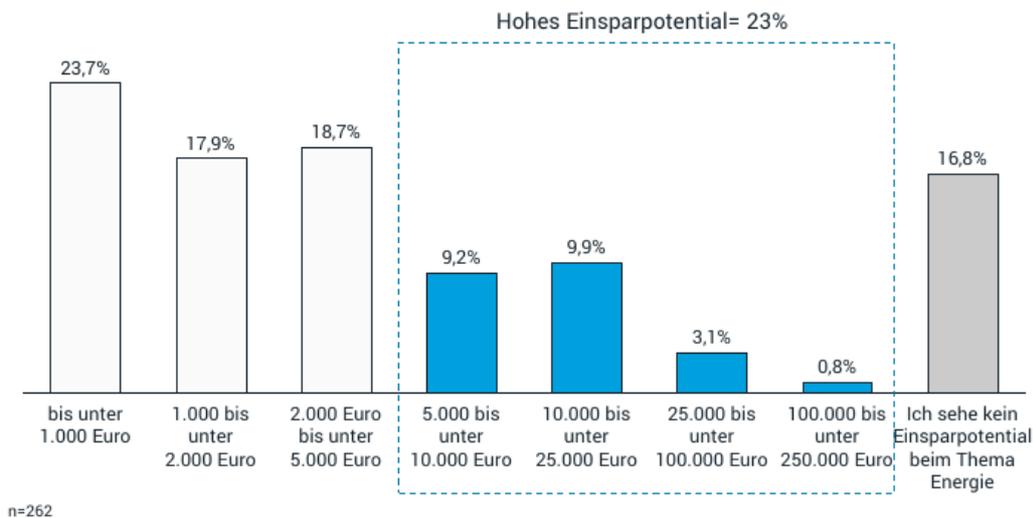


Abb.7

Folgt man der Abbildung 7, sehen 23 Prozent aller Befragten ein hohes Einsparpotential in Bezug auf den Energieverbrauch allgemein (Strom, Gas und Wärme). In Kapitel 3 betrachten wir das Thema Einsparpotential und die subjektive Einschätzung der Energieentscheider noch differenzierter. Dort sehen wir, dass vergleichsweise zu den bestehenden Möglichkeiten wenige Unternehmen Einsparpotentiale bei der Stromsteuer (23 Prozent), der EEG-Abgabe (21 Prozent) sowie der Konzessionsabgabe und den Netzentgelten (21 Prozent) sehen.

Widerspruch zwischen Wissen und Tun

Der Mittelstand sieht zwar seine Einsparpotentiale, doch trotzdem will er momentan kaum aktiv werden: lediglich etwas mehr als ein Drittel plant sicher, in nächster Zeit Energie-Einsparmaßnahmen vorzunehmen.

„Sind in nächster Zeit Maßnahmen zu Energieeinsparungen geplant?“

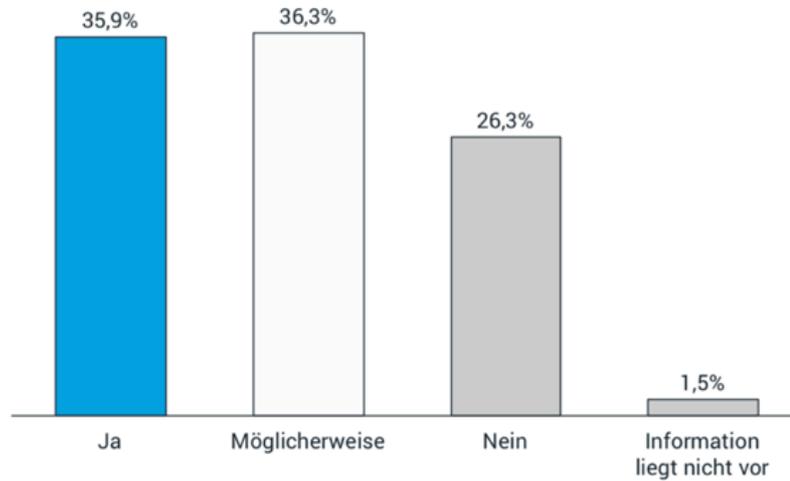


Abb. 8

Offensichtlich liegt dem eine Unsicherheit zugrunde, was die Einsparmaßnahmen im Detail angeht: Nur ein Viertel der Entscheider fühlt sich gut über Einsparmöglichkeiten informiert. Ergo: mittelständische Unternehmen wissen zwar um ihr Einsparpotential – aber nicht, wie sie es ausschöpfen können.

„Wie gut fühlen Sie sich zu Energie-Einsparpotentialen informiert?“

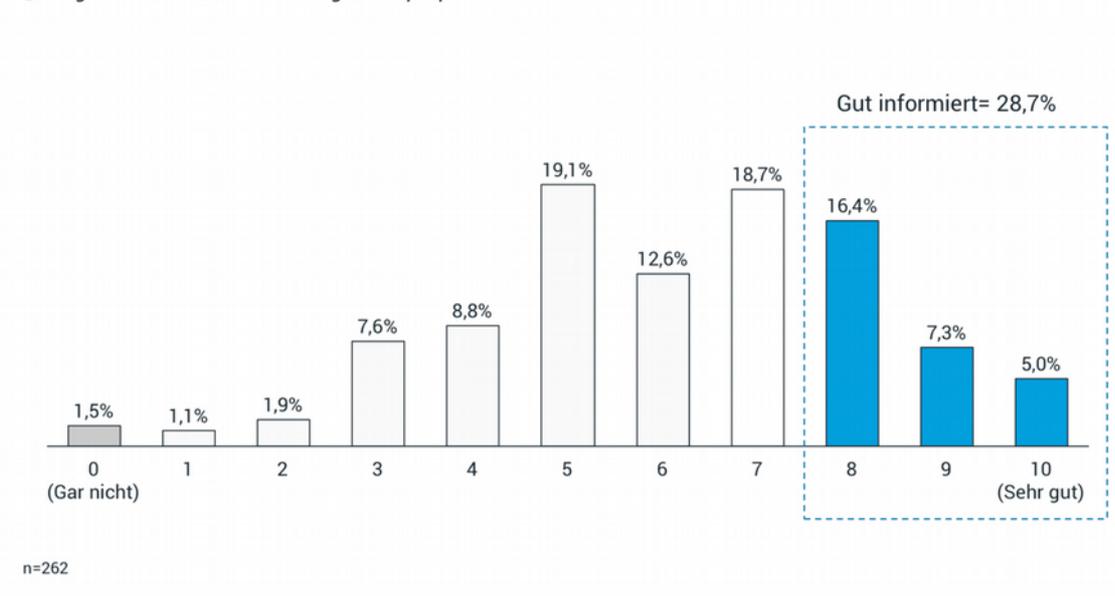


Abb. 9

KAPITEL 3

Die Einflussgrößen auf den Strompreis

Energieentscheider im deutschen Mittelstand fühlen sich nicht nur schlecht über Einsparpotentiale informiert – sie sind es auch. Erstaunlich ist, wie unzureichend sie über den Energiemarkt und beispielsweise über die Zusammensetzung des Strompreises Bescheid wissen. Das, obwohl die Energiekosten in Zukunft eine derart entscheidende Rolle spielen werden. Am Beispiel Strom zeigt dieses Kapitel, wie Unternehmen versuchen die Energiekosten zu reduzieren und welche Informationsdefizite bestehen.

Die Zusammensetzung des Strompreises in Deutschland

Der Strompreis in Deutschland setzt sich aus vielen Faktoren zusammen, die sich in drei Gruppen untergliedern lassen:

Die Zusammensetzung des Strompreises 2017

e.optimum

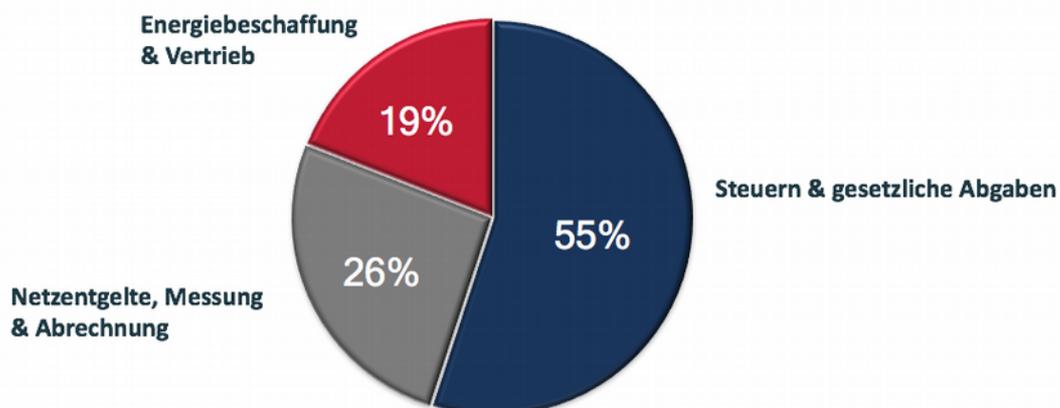


Abb. 10

Über die Hälfte besteht aus Steuern und Abgaben. Den zweitgrößten Anteil haben Netzentgelte und Kosten zur Messung und Abrechnung des Verbrauchs (Insgesamt etwa 26 Prozent des Strompreises). Nur 19 Prozent sind dem eigentlichen Strompreis des jeweiligen Stromanbieters zuzuordnen.

Deutsche Unternehmer sparen Energie vor allem über den Verbrauch

Um Energiekosten zu sparen, versuchen mittelständische Unternehmen in Deutschland vor allem, ihren Verbrauch zu senken: 6 von 10 der befragten Energieentscheider in Unternehmen gaben an, laufend ihr Verbrauchsverhalten zu optimieren (Abb. 3; Abb. 5). Deutlich wird das auch in der folgenden Grafik. 58 Prozent aller Befragten, glauben daran, ihren Energieverbrauch spürbar senken zu können. Auf die Frage, wo genau das möglich wäre, antworteten 70 Prozent „bei der Beleuchtung“, über 60 Prozent allgemein „bei Geräten“ und über die Hälfte nannte ein „besseres Energiebewusstsein bei der Belegschaft“. Erst an vierter Stelle mit 48 Prozent wird der Strombeschaffungspreis genannt.

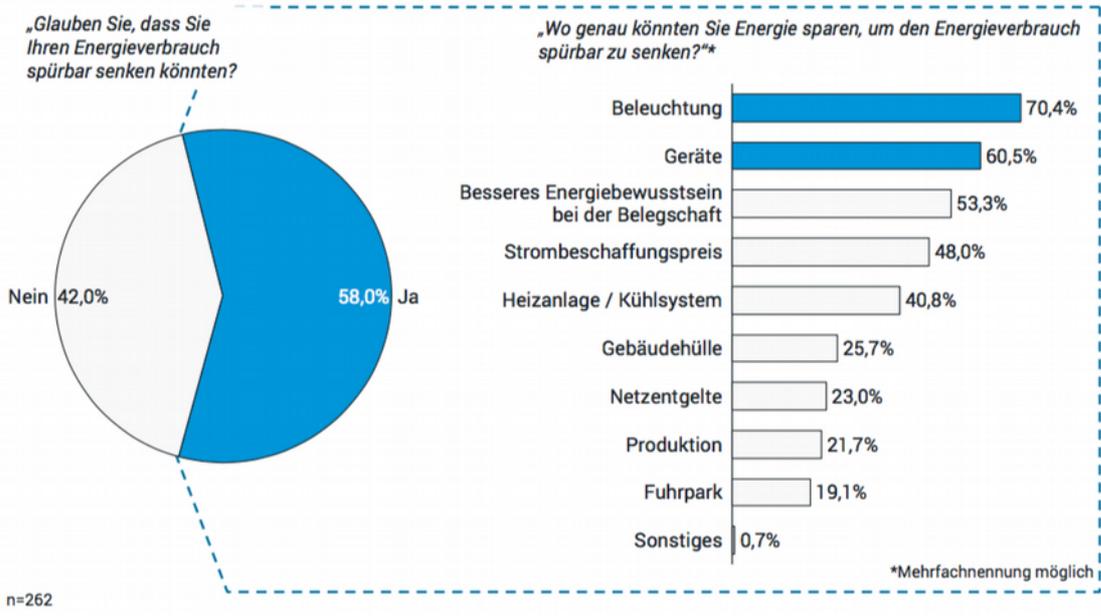


Abb. 11

Anbieterwechsel: Unternehmen sehen zwar das Potential, nutzen es aber wenig

Darüber hinaus geben viele Unternehmen an, kontinuierlich nach dem Anbieter mit dem günstigsten Arbeitspreis zu suchen (38 Prozent). Der Anbieterwechsel ist ohne Zweifel eine sinnvolle Maßnahme, Stromkosten zu senken. Preisunterschiede zwischen den Anbietern können sehr groß sein, Unterschiede in der Service-Qualität ebenso. Wechselnde Abnehmer fördern den Wettbewerb und zwingen die Stromanbieter so, Kostensenkungen an den Verbraucher weiter zu geben.

Doch der Bekundung, kontinuierlich den günstigsten Anbieter zu suchen, folgen nur begrenzt Taten. (Siehe Kapitel 1: lediglich 32 Prozent haben in den letzten zehn Jahren mehr als einmal den Anbieter gewechselt; 38 Prozent nur einmal und 28 Prozent nie.) Wenn man dem die Entwicklung des Strompreises der letzten Jahre gegenüberstellt, zeigt sich: Der Wechseldruck auf die Stromversorger ist offensichtlich nicht ausreichend. Denn der Erzeugungspreis sinkt seit Jahren, doch nur die wenigsten Versorger haben diese Preissenkungen an ihre Kunden weitergegeben⁵. Im Gegenteil – viele Stromversorger erhöhten ihre Preise auch zum Jahreswechsel 2018 wieder, obwohl die Umlagen und in vielen Gebieten auch die Netzentgelte gesunken sind. Was viele nicht wissen: Stromverbrauchende Unternehmen haben bei Preisänderungen oft ein Sonderkündigungsrecht. Mehr Wechselaktivität könnte die Energieversorger dazu drängen, günstigere Konditionen an die Abnehmer weiterzugeben.

„Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie, um Ihren Energiepreis zu senken? “*

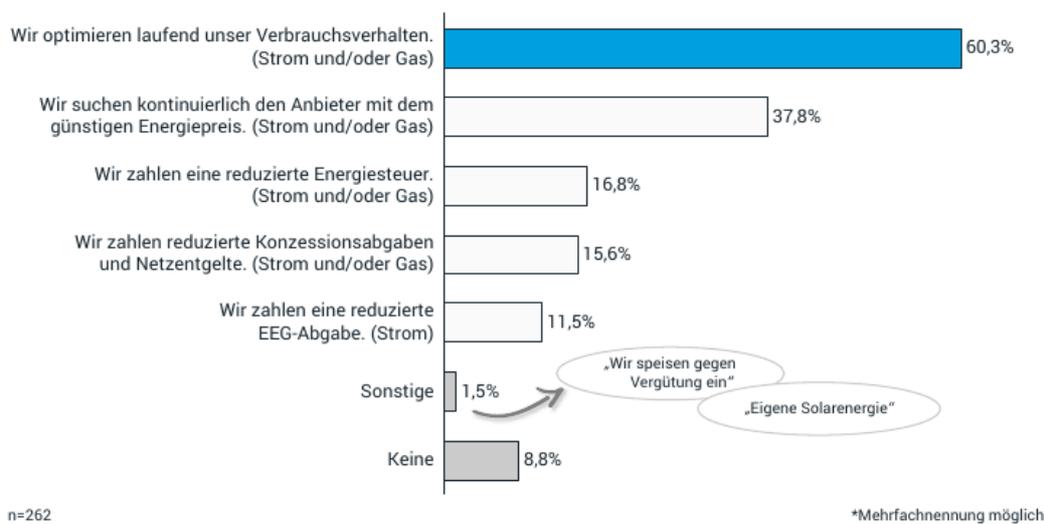


Abb. 12

⁵ <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/energie/energiepreise-warum-der-strom-so-teuer-bleibt/20743092.html>

Verbrauchsverhalten und Anbieterwechsel werden als einzige Stellschrauben für die Reduzierung von Energiekosten gesehen

Die weiteren Möglichkeiten, die Unternehmen nach eigenen Angaben nutzen, um Energiekosten zu sparen, offenbaren teilweise fehlendes Wissen über den Energiemarkt. Vom Markt und der Bildung des Energiepreises zeigten die wenigsten der befragten Energieentscheider Detailkenntnis.

Das bekundeten in der Umfrage viele Entscheider selbst (siehe Kapitel 2: „Wie gut fühlen Sie sich zu Einsparpotentialen informiert?“). Darüber hinaus zeigen die Antworten auf die Fragen zu den verschiedenen Einsparmöglichkeiten, wo Wissenslücken sind: 11,5 Prozent gaben an, dass sie eine reduzierte EEG-Abgabe bezahlen. Doch für eine reduzierte EEG-Abgabe kommen nur sehr wenige Unternehmen in Frage: Energieintensive Betriebe ab einem Jahresverbrauch von 1 Mio. kWh Strom, die zusätzlich noch weitere spezifische Anforderungen erfüllen müssen – insgesamt etwa ein Promille aller mittelständischen Unternehmen in Deutschland. Bei der überwiegenden Mehrzahl der Energieentscheider, die angaben, eine reduzierte EEG-Umlage zu beziehen, liegt also offensichtlich eine Fehlinformation vor.

Unternehmen übersehen zwei große Kostenfaktoren

Zwei große Kostenfaktoren im Energiepreis haben erstaunlich wenige Unternehmen auf dem Schirm: Energiesteuern und Konzessionsabgaben. Nach §9b StromStG erhalten alle Unternehmen des produzierenden Gewerbes und Unternehmen der Land- und Forstwirtschaft für betrieblich verwendeten Strom eine Entlastung bei der Stromsteuer. Etwa 30 Prozent der befragten Unternehmen gehören dem produzierenden Gewerbe⁶ an, doch nur knapp 17 Prozent sparen bei der Stromsteuer. Diese muss beim Hauptzollamt beantragt werden. Die Hälfte der anspruchsberechtigten Unternehmen lässt sich demnach diese Chance entgehen.

Ähnlich sieht es bei der Konzessionsabgabe aus: Nur 15 Prozent der befragten Unternehmen geben an, eine reduzierte Konzessionsabgabe zu zahlen. Dieser Wert ist zu niedrig. Die reduzierte Konzessionsabgabe beziehen alle Unternehmen ab einem Verbrauch von 100.000 kWh Strom (sog. RLM-Kunden), und somit etwa 36 Prozent der Befragten.

⁶ Das Handwerk wird nach der Definition des Statistischen Bundesamts dem produzierenden Gewerbe zugeordnet.

Zusätzlich können Unternehmen mit einem Verbrauch zwischen 30.000 und 100.00 kWh (bei einem bestimmten Verbrauchsverhalten) die reduzierte Abgabe in Anspruch nehmen. Die Tatsache, dass trotzdem nur 15 Prozent der Befragten eine reduzierte Konzessionsabgabe angeben, lässt auf Unwissenheit der Energie-Entscheider schließen. Das bestätigt ihre Selbsteinschätzung, nicht ausreichend über die Einsparmöglichkeiten informiert zu sein.

FAZIT

Die vorliegende Studie zur Energiesituation im Mittelstand sollte Energieentscheider aufrütteln: Energiekosten sind zunehmend ein entscheidender Wettbewerbsfaktor, doch die Unternehmen lassen großes Einsparpotential ungenutzt. Allein durch die Wahl eines anderen Versorgers könnten KMUs in Deutschland 4,1 Milliarden Euro sparen. Durch höhere Wechselaktivität könnten sie zudem weitere Versorger dazu drängen, sinkende Strompreise an die Abnehmer weiterzugeben.

Doch die Energieentscheider, in der Regel Inhaber oder Geschäftsführer, fühlen sich unzureichend über den Energiemarkt und die Preisbildung informiert – Wissenslücken in der Umfrage bestätigen diese Selbsteinschätzung. Hier sind verschiedene Akteure gefragt, besser über den Strommarkt aufzuklären. Sowohl staatliche Institutionen als auch die Energieversorger selbst können für mehr Transparenz auf dem Strommarkt sorgen, indem sie Informationen über die Strompreisbildung zur Verfügung stellen.

Letztlich liegt die Verantwortung für ihre Energiesituation aber bei den mittelständischen Unternehmen selbst. Wenn die Energiekosten in Zukunft eine so entscheidende Rolle spielen wie angegeben, täten Unternehmen gut daran, eigens verantwortliche Positionen für Energie-Einkauf und -Management zu schaffen. Auf den vollen Schreibtischen der Geschäftsführer und Inhaber zumindest findet das Thema offensichtlich nicht die nötige Aufmerksamkeit.

APPENDIX

Etwa 30 Prozent der Unternehmen kommen aus dem produzierenden Gewerbe: Handwerk, Maschinen- und Anlagenbau, Konsumgüter, Automobil, Elektrotechnik, Metallherzeugung und -bearbeitung, Energie.

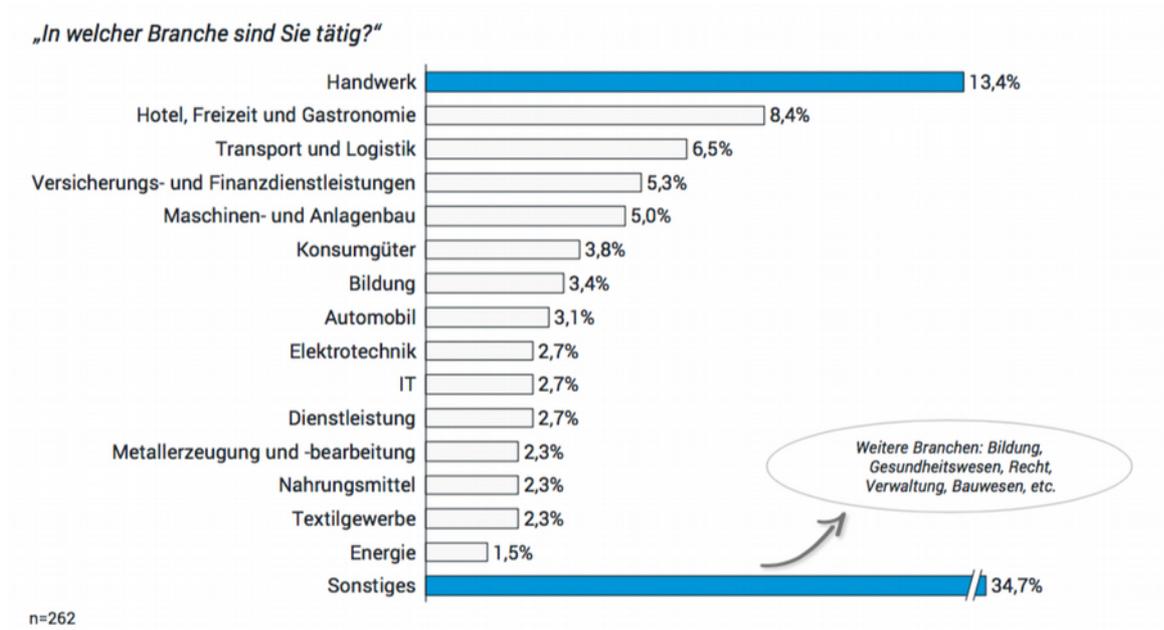


Abb. 13

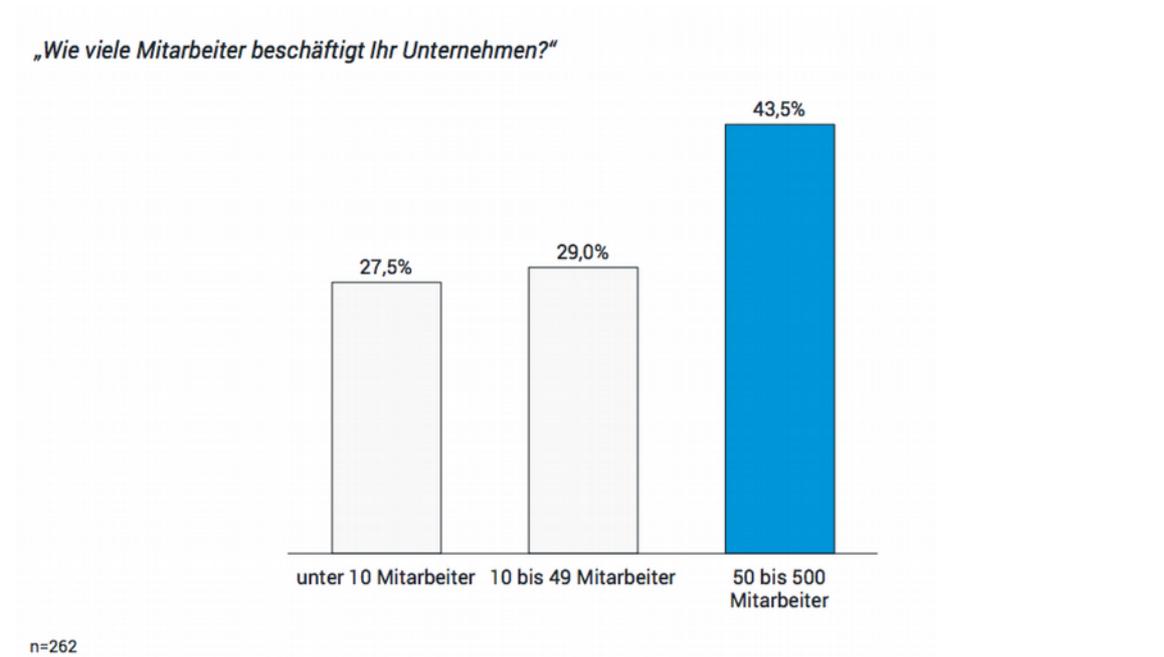


Abb. 14

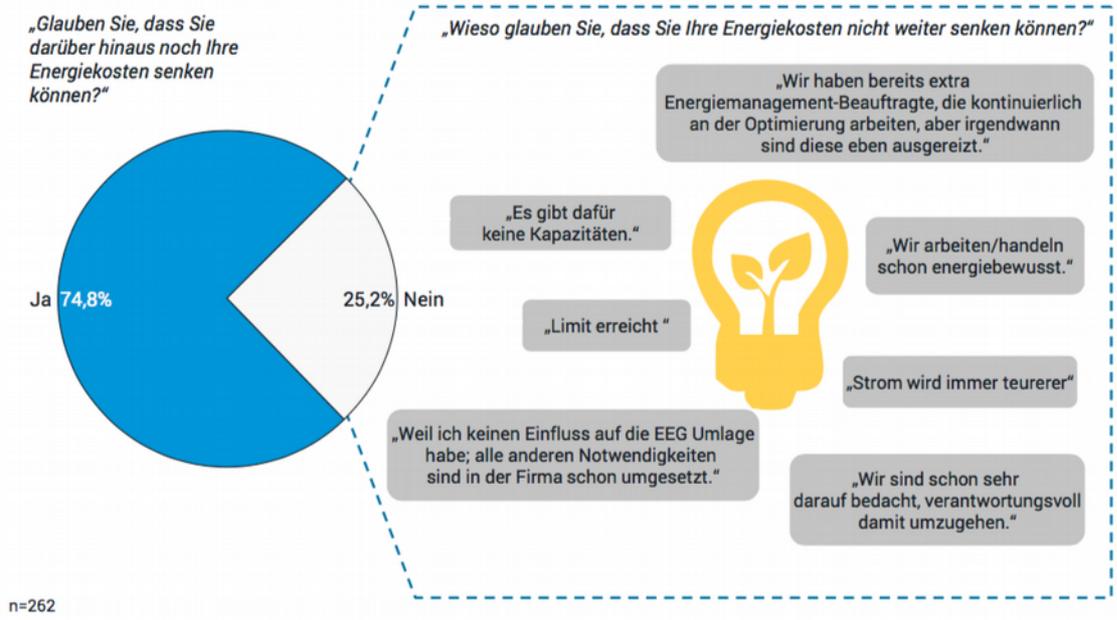
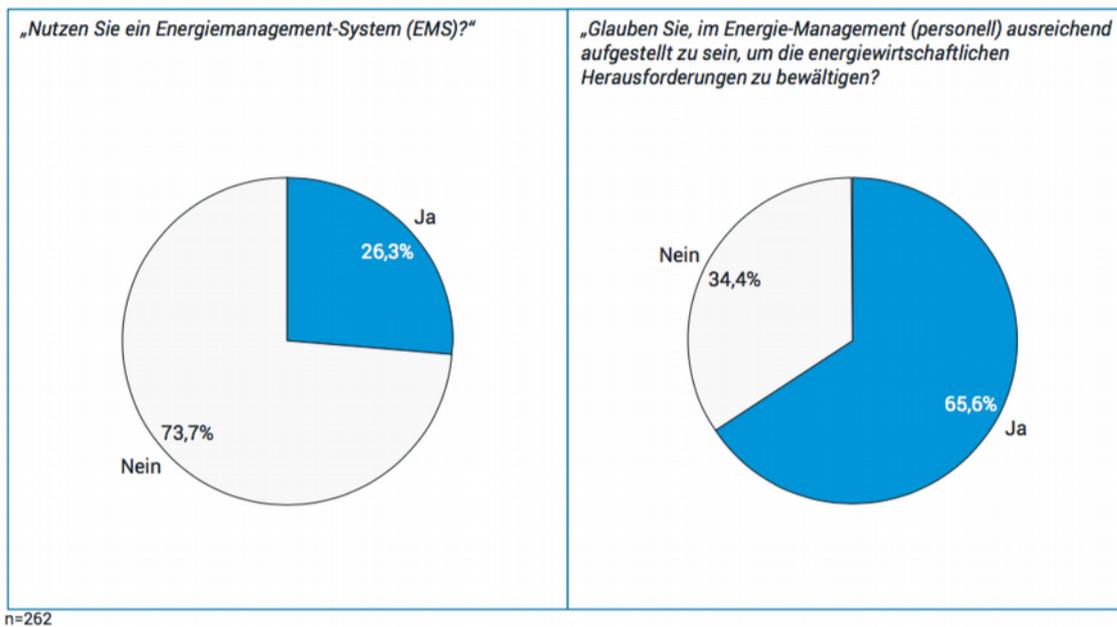


Abb. 15



Über e.optimum AG

e.optimum ist Deutschlands größte unabhängige Energie-Einkaufsgemeinschaft. Sie bündelt den Strom- und Erdgasbedarf tausender Unternehmen und kauft die Energie immer an den günstigsten Handelsplätzen. Dadurch erzielt e.optimum Konditionen wie die Großindustrie. Diese Einkaufsvorteile werden monatlich 1:1 an die Mitglieder weitergegeben. Mehr Infos unter www.eoptimum.de.

Pressekontakt:

Daniel Ockenfuss
e.optimum AG
Beim Alten Ausbesserungswerk 2a
77654 Offenburg
Tel: +49 781 28940 0400
E-Mail: daniel.ockenfuss@eoptimum.de

Anton Martic
ROTWAND Digitale PR GmbH
Telefon: +49 (0)89 7167223-10
E-Mail: anton.martic@rotwand.net



Kontakt

e.optimum AG
Beim Alten Ausbesserungswerk 2a
77654 Offenburg

Telefon: 0800 503 532 712
Telefax: 0800 503 532 711
E-Mail: marketing@eoptimum.de

www.eoptimum.de

Vertreten durch:

Vorstand

Gert Nowotny (Vors.)
Dr. Martin Braun (stellv. Vors.)
Boris Käser

Registereintrag

Eintragung im Handelsregister
Registergericht: Amtsgericht Freiburg
Registernummer: HRB 711722

Aufsichtsrat

Josef Erdrich (Vors.)
Klaus Gaiser (Stellv.)
Jochen Weinzierl
Dr. Wolfgang Bruder