

Watt Deutschland setzt total auf Service: Eine Zehnjahresbilanz

Ein Partner voller Energie

Vor zehn Jahren startete Watt Deutschland, um als spezialisierte Vertriebsgesellschaft mittelständische Unternehmen mit Energie zu versorgen. Doch von Beginn an war klar: Watt muss mehr leisten, als nur Strom zu verkaufen – das können alle. Entscheidend war und ist, der Kundschaft mit nützlichen Zusatzleistungen, mit konsequent kundenorientiertem Service und mit viel Engagement einen Mehrwert, ja sogar Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Das Konzept ist aufgegangen: Hier der aktuelle Stand einer zehnjährigen Erfolgsgeschichte – durchaus mit ein wenig Eigenlob.

Wie schön, wenn ein Unternehmen sich um seine Kunden kümmern kann. Bei Watt Deutschland funktioniert das. Denn die Hierarchien sind flach, die Strukturen erst zehn Jahr jung, die Mitarbeiter ausgesprochen motiviert und die Prozesse (ganz wichtig bei einem Stromanbieter) sind State-of-the-Art. Deshalb kann sich das Watt-Team ganz auf die individuellen Wünsche der Kunden einstellen.

Schließlich ist Strom mehr, als wenn Lampen brennen oder Maschinen laufen. Energie ist längst ein knappes – also ein vergleichsweise teures – Wirtschaftsgut. Demnach kommt es darauf an, diesen Produktionsfaktor effizient und somit kostensparend, aber auch umweltschonend einzusetzen. Wie das erfolgreich klappt, ist bei jedem einzelnen Unternehmen anders. Und deshalb bietet Watt Deutschland nicht nur eine sichere Energieversorgung, den passenden Tarif sowie die zuverlässige Abwicklung des betriebsnotwendigen Strombezugs, sondern auch eine ganze Palette von besonderen Leistungen oder zielführenden Services. Das beginnt bei – eigentlich – Selbstverständlichem, wie etwa transparenten und verständlichen Abrechnungen, flexiblen Vertragslaufzeiten und einem individuellen Vertrag. Und mündet in Dienstleistungen, die Unternehmen in die Lage versetzen, jederzeit ihren Stromver-

brauch zu optimieren oder den Betrieb auf bestmögliche Energieeffizienz zu trimmen. Zum Beispiel im Watt Extranet mit Analysetools oder Reportings für jeden angemeldeten Kunden. Oder mittels Dienstleistungen zum Aufdecken von Energieeinsparpotenzialen. Oder durch einen intelligenten Stromzähler, der über DLS und Internet zum Energiemanagement beiträgt (siehe Übersicht Seite 14).

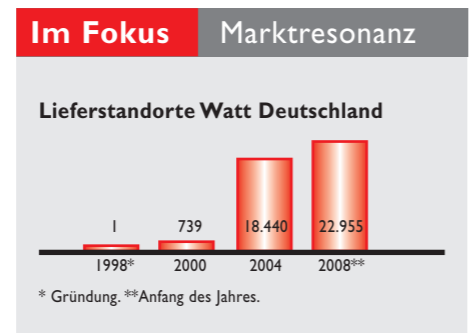
Im Ergebnis können Watt-Kunden so auf eine Energiepartnerschaft vertrauen, die ihnen immer wieder aufs Neue weiterreichende Informations- und Wettbewerbsvorteile verschafft. Dabei konzentriert sich Watt Deutschland auf Filialisten sowie mittelständische Industrie- und Gewerbeunternehmen. Wie ausgezeichnet das

Konzept dieser am Markt einzigartigen Premiumprodukt-Strategie greift, belegen die Zahlen. Im Geschäftsjahr 2007 hatte Watt Deutschland

- einen Stromabsatz von knapp 2,2 Milliarden Kilowattstunden,
- einen Umsatz von 247 Millionen Euro (vor Stromsteuer) und
- über 5.400 Kunden mit
- 23.000 Lieferstandorten.

Doch Erfolgskennzahlen sind stets nur die Summe aller Anstrengungen. Dahinter verbergen sich bei Watt zum Beispiel eine beispielhafte Kundenorientierung mit 13 Regionalbüros sowie bestmögliche, individuelle Energiekonzepte für die Unternehmen, Erreichbarkeit rund um die Uhr nebst kompetenten Antworten auf Anfragen innerhalb eines Arbeitstags, kurze hohe Leistungsfähigkeit und Flexibilität der 85 Mitarbeiter.

Auf eben diese Mehrwerte setzen Watt-Kunden, beginnend bei Herstellerbetrieben über Handelsunternehmen bis zu Dienstleistern. Daneben spricht Watt jedoch vor allem Filialisten an. Denn sie haben an oftmals hundert Standorten mit meist ebenso vielen Stromlieferanten und entsprechend unterschiedlichen Tarifen wie Abrechnungen zu kämpfen. Von Watt erhalten sie innerhalb eines maßgeschneiderten Energiekonzepts die individuell auf jede einzelne



Speziell für Filialisten

Watt Filial Direkt

Filialisten kennen das Problem des ganz normalen Strommanagements ihrer Niederlassungen nur zu gut: hoher Personalaufwand, Verhandlungen mit dutzenden Energielieferanten (es gibt rund 900 Netzanbieter), uneinheitliches Datenmaterial, unübersichtliches Preis-Chaos, schwieriges Controlling.

Doch mit Watt Filial Direkt können diese Unternehmen ganz gezielt Verwaltungsaufwand minimieren, Kosten senken und Watt-Tools zur effizienten Verbrauchsanalyse nutzen. Das kompetente Team von Watt hat ein Jahrzehnt Erfahrung mit der Versorgung tausender Abnahmestellen bei Filialisten. Die Pluspunkte in Stichworten:

- 1. Individuelle Beratung**
Ausführliche Beratungsgespräche / Individuelles Stromkonzept / Fester Ansprechpartner / Kurze Reaktionszeiten bei Filialan- oder abmeldungen.
- 2. Individueller Vertrag**
Nur ein (Rahmen-) Vertrag für das gesamte Fili-

alnetz / Anpassung bei Filialan- oder abmeldungen problemlos.

3. Individueller Preis
Nur ein exakt auf das Filialnetz zugeschnittener Strompreis / Als Durchschnitts- oder Segmentpreis – je nach Bedürfnis des Kunden.

4. Individuelle Rechnung
Nur eine Sammelrechnung für alle Filialen / Datenübermittlung per Edifact / Einspeisen in die firmeneigene Finanzsoftware / Separate Zuordnung auf einzelne Kostenstellen.

5. Individuelle Auswertung
Umfangreiche Verbrauchsdaten zwecks interner Analyse und Bearbeitung / z.B. Identifizierung von Verbrauchsspitzen / z.B. Analysen der Lastgangdaten samt Optimierungsprogramm.

6. Individuelle Planung
Weitere Dienstleistungen rund um die Stromversorgung des Filialnetzes / z.B. Stromverbrauch beim Planen neuer Filialen von vornherein optimieren.

Abnahmestelle zugeschnittene Stromversorgung genauso wie eine einfache und transparente Gesamtabrechnung.

Wen wundert's, dass die europaweit bedeutende Leitmesse für Kundenbeziehungsmanagement, „CRM-expo“, sowie die Spezialzeitschrift „aquis“ bereits 2004 den CRM-Best-Practice-Award an Watt Deutschland verliehen. Genauer: in der Kategorie „Mittelstand“ für das Watt Extranet. Der Jury gefiel vor allem die konsequente Kundenorientierung des Watt-Analysetools – gerade weil die Unternehmen damit auch Einsparpotenziale bei den Stromkosten erkennen können.

Übrigens: 2008 hat sich Watt Deutschland bereits für das Finale „Top 100 – Die 100 innovativsten Unternehmen des Mittelstands“ qualifiziert, eine Initiative von Fraunhofer, RKW, VDE und VDI. Am 4. Juli 2008 gibt Mentor Lothar Späth aus diesen ideenreichsten und umsetzungsfreudigsten mittelständischen Unternehmen Deutschlands den „Innovator des Jahres“ bekannt. Man darf gespannt sein.

Hans Joachim von Kindler

Der Servicekompass Was Watt seinen Kunden bietet

Die Leistungen von Watt Deutschland bestehen nicht im Weiterreichen von Standardangeboten. Watt Deutschland bietet

maßgeschneiderte Tarife (speziell für Filialisten siehe Seite 13), persönliche Beratung – und zahlreiche zusätzliche, meist kostenfreie

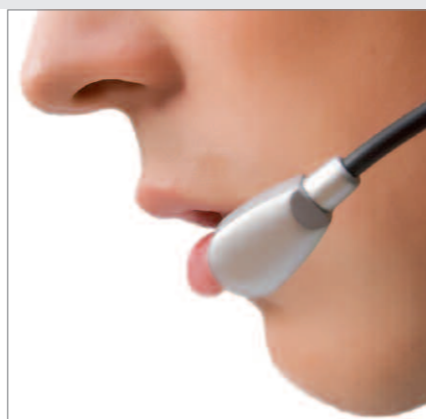
Serviceangebote. Hier ein Kompaktüberblick der energienahen Dienstleistungen des Unternehmens.

Basis-Service

Die **Tarifferten** unterscheiden sich grundsätzlich nach Industrie-, Gewerbe- und Filialkunden sowie weiteren Parametern wie Betriebsgröße, Stromverbrauch oder Verbrauchszyklen. Allen gemeinsam: ein attraktiver Preis, Transparenz und faire Bedingungen wie kurze Mindestvertragslaufzeiten und Kündigungsfristen.

Service Center, Regionalbüros oder auch Key Account Manager stehen den unterschiedlichen Kundengruppen mit **Rat und Tat**

zur Seite. In einem betriebsintern formulierten Serviceversprechen verpflichtet sich das Watt-Team unter anderem, innerhalb eines Arbeitstages auf Kundenanliegen zu reagieren. Wichtige **Informationen für die Kunden** kommen zeitnah und sind verständlich. So gibt es etwa eine exklusive Watt Ratgeberreihe von derzeit fünf Bänden zu wichtigen Themen der Energiebranche (siehe Seite 30) sowie den umfassenden Internetauftritt, und abwechselnd erscheinen der Watt-Newsletter sowie das Unternehmernmagazin Watt KONTEXT.



Watt Extranet

Kunden mit Leistungsmessung können übers Watt Extranet selbstständig Verbrauchsdaten online analysieren. **Watt Reporting** zeigt zum Beispiel exakt anhand einer von Watt entwickelten Software, wie der Stromverbrauch in einem Zeitraum viertelstündlich verläuft. So kann der Kunde kostenintensive Lastspitzen erkennen und diese – auf Wunsch beraten von Watt-Experten – künftig vermeiden. Das reduziert die Stromkosten zum Teil erheblich.

Mit dem **Daten-Download** ist eine noch umfassendere, individuelle Bewertung des Stromverbrauchs möglich. Die täglich erhobenen, maximal verfügbaren 96 Einzeldaten sind für die vergangenen zwei Jahre als txt-Datei verfügbar und lassen sich etwa im Excel-Format weiter verarbeiten. Sobald neue oder aktualisierte Ist-Daten vorhanden sind,

stellt Watt sie für den aktuellen Download zur Verfügung.

Das **Toleranzband-Tool** ermöglicht es den Kunden bereits vor Vertragsabschluss zu überprüfen, ob ihr tatsächlicher Stromverbrauch im vertraglich vereinbarten Rahmen liegt und welche Auswirkungen eine mögliche Abweichung auf den Arbeitspreis hat. Prinzip: Auf Basis der zur Verfügung stehenden Ist-Daten rechnet das Tool die Arbeit und damit auch die Benutzungsstunden auf ein Jahr hoch und ermittelt auf Basis dieser hochgerechneten Daten den zu erwartenden Arbeitspreis am Vertragsjahresende. Auf einen Blick erkennt der Kunde frühzeitig mögliche Veränderungen beim Arbeitspreis und vergleicht diesen mit den vertraglich vereinbarten Konditionen. So bleibt die Kostenentwicklung im Griff. Ohne diese Anwendung würde das Unternehmen erst durch die Endabrechnung erfahren, ob Nachzahlungen oder Rückzahlungen bevorstehen.



Energie-Optimierung

Gemeinsam mit spezialisierten Partnern analysiert Watt die beim Kunden eingesetzten Energieverbraucher, deckt mögliche Schwachstellen auf, erschließt Einsparpotenziale und weist konkrete Wege, wie sich Energiekosten künftig optimieren lassen. Ziel: Lösungen mit einer Balance zwischen niedrigen Kosten, hoher Anlagenverfügbarkeit und weitestgehender CO₂-

Reduzierung. Im Wesentlichen fokussiert sich der Service (mit Sonderkonditionen für Watt-Kunden) auf die erfahrungsgemäß wichtigen Einsparbereiche Druckluft, Produktionswärme und -kälte, Stickstoffanwendungen und Blindstrom. Im Frühjahr 2007 hat Watt Deutschland dafür eine exklusive **Effizienz-Offensive** speziell für seine Kunden ausgerufen (siehe Praxisfall Kongsberg Seite 15).



Online-Stromzähler

Der Intelligente Stromzähler hilft, die Energiekosten im Unternehmen zu senken. Im Abstand von 15 Minuten meldet das zigarrenkistengroße System über eine DSL-Leitung die Daten des Stromverbrauchs an einen zentralen Server. Über Passwort lassen sich dann der aufgezeichnete aktuelle Stromverbrauch

sowie die Kosten als Echtzeitübersicht abrufen. So kann der Kunde Stromfresser identifizieren (im Betrieb oder auch in Filialen), Verbrauchsspitzen senken oder die Sicherheit erhöhen (Unterzähler überwachen – mit Alarmfunktion – zum Beispiel bestimmte Kühlanlagen). Derzeit läuft ein **Pilotprojekt**.



Watt Effizienz-Offensive Kongsberg Automotive Deutschland spart bei Druckluft

Energiekosten runter

Es funktioniert ganz einfach. **Watt-Kunde Kongsberg Automotive Deutschland ließ im Rahmen der Watt Effizienz-Offensive das betriebliche Druckluftsystem optimieren. Die Analyse zeigt: Das Unternehmen kann jedes Jahr rund 13.000 Euro Energiekosten sparen. Ein Praxisfall, der zum Nachmachen einlädt.**

Raimund Langer zeigt sich sehr zufrieden. „Ohne größeren Aufwand sparen wir ab sofort in der Fertigung 34 Prozent der Druckluftkosten, und die nun einmal nötige Investition spielen wir in knapp einem Jahr wieder ein“, freut sich der Business Unit Manager von Kongsberg Automotive im niedersächsischen Dassel. Immerhin bedeute das, so Langer, im Ergebnis bei einem einmaligen Instandsetzungsaufwand von zirka 11.000 Euro das Einsparen von etwas über 13.000 Euro Energiekosten pro Jahr.

Der Deal könnte ein netter Einstieg des Unternehmens in die norwegische Kongsberg Automotive Holding sein, nachdem die Niedersachsen bis vor kurzem zum US-amerikanischen Mischkonzern Teleflex Automotive gehörten. Die nunmehr europäische Mutter ist wie die deutsche Tochter als Systemzulieferer für die Automobilindustrie spezialisiert auf Global Motions Systems (GMS), etwa sogenannte Push & Pull Kabel oder Seilzüge für automatische und manuelle Schaltungen und Gehäuse. In Deutschland beschäftigt

Kongsberg 300 Mitarbeiter, weltweit sind es rund 11.500 in über 30 Produktionsstätten in Nord- und Südamerika, Europa sowie Asien.

Raimund Langer ist im Werk Dassel, ein Watt Deutschland Kunde der ersten Stunde, vor allem für die Produktionsanlagen und auch deren Instandhaltung verantwortlich (Maintenance & Facilities). Dazu gehören auch unterschiedlichste Druckluftsysteme, die im Produktionsprozess unerlässlich sind. Und wie in tausenden anderen deutschen Betrieben lag der Fokus des Unternehmens bislang auf Anlagenverfügbarkeit, Sicherheit und laufender Wartung. Dabei gab es in Sachen Druckluftanlagen bislang keine nennenswerten Beanstandungen.

Dann erfuhr Raimund Langer durch Watt KONTEXT von der Effizienz-Offensive, die Watt Deutschland im Frühjahr 2007 speziell für mittelständische Unternehmenskunden initiiert hatte (siehe Seite 31). Langer: „Der ständige Verbesserungsprozess hört ja nie auf. Deshalb, und weil Watt mit seinen spezialisierten Kooperationspartnern unbürokratisch an das Projekt herangeht, nahm ich Kontakt auf. Außerdem verpflichtet die Bestandsaufnahme durch die unabhängigen Fachleute zu nichts. Die Entscheidung über das weitere Vorgehen oder gar über Investitionen bleibt in unserer Hand.“

Der Manager weiß, dass Druckluft grundsätzlich eine zwar sichere, aber teure Energie ist. Denn erstens ist bezogener Strom in eine neue Energieform umzuwandeln. Und zweitens führen für das menschliche Ohr nicht wahrnehmbare Leckagen oder Wärmeverluste zu teils erheblichen Effizienzverlusten – und damit vermeidbaren Kosten. Die sogenannte Potenzialanalyse des beauftragten Teams

von Watt Deutschland und Ingenieuren der Firma Systemplan in Durmersheim bei Karlsruhe (Partner der Watt Effizienz-Offensive) dauerte lediglich knapp zwei Tage. Die Experten untersuchten im Einzelnen diese Ansatzpunkte (Auszug aus der Projektbeschreibung):

- Druckluftherzeugung
 - Effizienz, Alter und Auslastung der Verdichter
 - Steuerung der Verdichter
 - Wirtschaftlichkeit der Druckluftherzeugung und -aufbereitung
 - Druckluftverluste bis zur Einspeisung ins Druckluftnetz
 - Umgebungsbedingungen der Druckluftherzeugung
 - Möglichkeiten der Wärmenutzung
- Druckluftverteilung
 - Druckverluste im Druckluftnetz
 - Ansätze zur Rohrnetzoptimierung
 - Einschätzung der Leckagesituation
 - Druckluftqualität im Netz, Druck und Feuchte
- Druckluftverbraucher
 - Art der wesentlichen Druckluftverbraucher
 - Benötigter und tatsächlicher Druck bei den Verbrauchern
 - Möglichkeiten der Drucklufteinsparung.

Der Rest ist schnell erzählt. Denn die genaue Analyse ergab, etwa aufgrund von Ultraschallmessungen, dass in der Tat merkliche Einsparpotenziale vorhanden sind – an Stellen und Geräten, die im Betrieb und bei üblicher Wartung wohl kaum aufgefallen wären. Raimund Langer will nun zunächst jene Bereiche angehen, die mit vergleichsweise überschaubarem Investment möglichst viel Kosten senken (sich also rasch amortisieren).

Das Kunststück ist ihm perfekt gelungen: Dem (einmaligen) Aufwand von 11.700 Euro stehen (jährlich) ersparte Energiekosten von rund 13.400 Euro gegenüber (siehe Erfolgsbilanz). In knapp einem Jahr rechnet sich die Investition. Und in den nächsten zehn Jahren zum Beispiel spart Kongsberg Automotive Deutschland nach heutigem Stand insgesamt rund 130.000 Euro Energiekosten. Zudem bewirken allein diese ersten Optimierungen, dass der Betrieb pro Jahr 74 Tonnen CO₂ vermeidet. Und das macht Raimund Langer so richtig zufrieden.

Jürgen Jacobs

Energieoptimierung Erfolgsbilanz



Optimierungs-Team (v.l.): Christian Reitz (Watt Deutschland), Raimund Langer (Kongsberg Automotive Deutschland), Volker Rink (Systemplan).

Kongsberg Automotive Deutschland will nach der vorliegenden Potenzialanalyse im Rahmen der Watt Effizienz-Offensive zunächst zwei wichtige Bereiche des betrieblichen Druckluftsystems optimieren. In einer ersten Übersicht der Lohn der Initiative für das Unternehmen.

Maßnahme	Investition (Euro einmalig)	Kostenersparnis (Euro/Jahr)	CO ₂ -Ersparnis (Tonnen/Jahr)
Beseitigung Leckagen – Optimierung	5.200	9.400	52
Druckluftverbraucher	6.500	4.000	22
Gesamt	11.700	13.400	74
(In 10 Jahren)	11.700	130.400	740

InfoBox
→ www.kongsbergautomotive.com