

Nähe zum **Verbraucher** schaffen

Die Nachfrage nach Werkzeugen zur Visualisierung des Energieverbrauchs steigt. Denn die Verbraucher wollen wissen, was sie tun. Im Interview mit stadt+werk erläutert Frank Borchardt, Geschäftsführer der Green Energy Options GmbH, die Zukunft von Lösungen zur Anzeige von Energiedaten.

Herr Borchardt, welche Rolle spielen aus Ihrer Sicht Verbrauchsdarstellungen im Zukunftsszenario der Energieversorgung?

Das Wissen, wie viel Energie man verbraucht, ist einer der Schlüsselfaktoren für Energieeffizienz und auch für die Zukunft von Smart Grids. Wer Einsparmöglichkeiten aufdecken will, muss zunächst Transparenz ins aktuelle Nutzungsverhalten bringen. Hier sind vor dem Hintergrund der vorgegebenen Ziele der EU zur Senkung des Energieverbrauchs insbesondere Kommunen in der Pflicht. Es gilt, die Bürger aktiv einzubeziehen und selbst mit gutem Beispiel voranzugehen. Energie-Displays können dabei im Alltag sehr effektiv sein. Im kommunalen Bereich sind unterschiedlichste Einsatzszenarien denkbar, um die Klimaschutzinitiativen zu begleiten.

An welche Situationen denken Sie?

Die Visualisierungsmöglichkeiten können dazu verwendet werden, den Eigenverbrauch der kommunalen Einrichtungen im Auge zu behalten. In Schulen oder Verwaltungsgebäuden bestehen vielfach Einsparpotenziale, die zunächst einmal identifiziert werden müssen, um die Gemeindekasse künftig entlasten zu können. Ein zentral aufgestelltes Display mit intuitiver grafischer Anzeige veranschaulicht, wie viel Strom gera-

de verbraucht wird. Veränderungen – etwa beim Ausschalten einer Lampe – lassen sich sofort nachvollziehen. Die Darstellung sollte dabei so einfach beziehungsweise passgenau wie möglich sein, damit nicht nur Verwaltungsfachangestellte im Rathaus, sondern auch Kinder der örtlichen Tagesstätte damit etwas anfangen können. Auf diese Weise lässt sich der bewusste Umgang mit Energie nachhaltig stärken. Übertragen auf den kommunalen Wohnungsbau erreicht dieser Effekt noch einmal ganz andere Dimensionen und bietet eine Grundlage für die vielerorts ins Leben gerufenen Kampagnen zum kommunalen Klimaschutz. Solche Einflussmöglichkeiten werden in meinen Augen noch immer unterschätzt.

Die Kommunen verschenken also Chancen zur Einsparung?

Sagen wir mal so: Es sind bei Weitem noch nicht alle Möglichkeiten identifiziert und ausgeschöpft worden. Auch wird der Mehrwert solcher flankierenden Maßnahmen zur Transparenz im kommunalen Wohnungsbau vielerorts noch nicht erkannt. Dies gilt aber nicht nur hinsichtlich der Möglichkeiten, die selbstgesteckten Klimaschutzziele zu erreichen. Verbrauchstransparenz ist ein wichtiges Argument für die allgemeine Kundenbindung, wie einschlägige Markterfahrungen

belegen. Stadtwerke müssen diesen Trumpf nur gezielt ausspielen. Fakt ist nämlich, dass die Bürger im Zuge steigender Energiepreise ein immer stärkeres Interesse daran haben, zu wissen, wofür sie jeden Monat Geld ausgeben. Wer

„Die Nachfrage nach Verbrauchsdarstellungen in Portalen oder Apps wird deutlich steigen.“

hier Lösungen anbietet, demonstriert nicht nur Kunden- und Bürgernähe sowie ein umfassendes Serviceverständnis, sondern kann sich auch mit Nachdruck von der Masse abheben.

Welche Rolle spielen die Kosten dabei?

Studien haben gezeigt, dass Verbraucher nicht nur Interesse an Informationen haben, sondern auch bereit sind, in begrenztem Umfang dafür zu zahlen. Es kommt darauf an, effiziente Angebotsmodelle mit konkretem Mehrwert zu entwickeln, die den Bedürfnissen der Kunden entgegenkommen. Wer hier als Stadtwerk clever agiert, kann eine wichtige Nische besetzen.

Was macht Sie da so sicher?

Das Thema Energieeffizienz wird in Zukunft von großer Bedeutung sein, auch wenn sich die Situation von Land zu Land unterscheidet. In Großbritannien, dem Ursprungsland von Green Energy Options, ist die Entwicklung beispielsweise klar politisch



Im Interview: Frank Borchardt

Frank Borchardt ist Geschäftsführer der Green Energy Options GmbH. Das Unternehmen wurde im April 2011 in Potsdam als Tochter des britischen Technologieführers für Verbrauchsvisualisierungslösungen gegründet.

beeinflusst. Dort wurden Lieferanten im Zuge des nationalen Klimaschutzprogramms Green Deal vor drei Jahren dazu verpflichtet, den Endverbrauchern Visualisierungslösungen anzubieten. Technische und funktionale Mindestvoraussetzungen wurden dabei vorgegeben. Wenn das Angebot der Lieferanten diese erfüllte, wurde ihnen für jedes in den Markt gebrachte Display ein CO₂-Zertifikat gutgeschrieben, was einem Gegenwert von etwa 15 Britischen Pfund entsprach. Die Kosten wurden über einen Regierungsfonds gedeckt. So ist ein funktionierender Markt entstanden. Und obwohl die Förderung derzeit ausläuft, ist die Nachfrage ungebrochen.

Ein solches Subventionsmodell oder einen konkreten Druck vom Gesetzgeber gibt es in Deutschland nicht. Können sich Visualisierungslösungen trotzdem durchsetzen?

Davon bin ich überzeugt. Es dauert eben etwas länger. Im deutschen Wettbewerb stehen beim Aufbau eines entsprechenden Angebots vor allem wirtschaftliche und strategische Überlegungen im Vordergrund. Ein Eingreifen des Gesetzgebers kann aber auch hier in Zukunft nicht ausgeschlossen werden. Unabhängig von den jeweiligen Treibern deutet alles darauf hin, dass die Nachfrage nach Möglichkeiten zur Verbrauchsdarstellung – egal ob in Form

von Displays, Web-Portalen oder Smartphone-Apps – in den nächsten Jahren deutlich steigen wird.

Was raten Sie Kommunen und deren Stadtwerken?

Der deutsche Markt erwacht langsam und wird auf die bereits angesprochenen Tendenzen und Erfahrungen aus anderen Ländern aufmerksam. Um im Wettbewerb zu bestehen, sollten die eigenen Möglichkeiten frühzeitig ausgelotet werden. Die Kosten einzelner Energieeffizienzmaßnahmen müssen dabei stets mit den zu erreichenden Einsparungen und die Aufwendungen beim Ausbau des Portfolios mit den zu erwartenden Erträgen in Beziehung gesetzt werden. Dass Energie-Displays in diesem Zusammenhang eine wirtschaftlich attraktive Option darstellen und hohe Akzeptanz beim Kunden genießen, zeigen neben unseren Erfahrungen im britischen Markt inzwischen auch verschiedene Studien und Pilotprojekte in Deutschland. Der Einsatz unserer Lösungen ist unabhängig von der Verbreitung elektronischer Zähler, da die Displays auch mit herkömmlichen Ferraris-Zählern gekoppelt werden können.

Was ist dabei zu beachten?

Um die Verbraucher zu sensibilisieren, sollten die Darstellungs-

formen zunächst so einfach wie möglich gehalten werden. Insbesondere unsere Tachoanzeige hat sich bewährt. Von zu komplexen Lösungen ist aktuell noch abzuraten. Zunächst geht es ja darum, die Hemmschwelle herabzusetzen und die Displays in den Alltag zu integrieren. Hat sich der Anwender an die neue Möglichkeit der Energiekontrolle gewöhnt, steigen seine Anforderungen an die Funktionalitäten meist ganz von alleine und bieten dem Vertrieb neue Ansatzpunkte, beispielsweise hinsichtlich erweiterter oder kombinierter Darstellungsformen oder steuerbarer Steckdosen.

Somit entsteht also nach und nach ein Gewinn für alle Beteiligten?

Sozusagen. Im Zuge der Energieeffizienzvorgaben der Europäischen Kommission müssen Kommunen die Beziehung zu Verbrauchern zunehmend aktiver gestalten, um die ehrgeizigen Ziele erfüllen zu können. Gelingt dies,

„Kommunen müssen die Beziehung zu Verbrauchern zunehmend aktiver gestalten.“

leistet die Kommune einen wichtigen energiepolitischen Beitrag und der Bürger spart Geld. Der Wettbewerb im Versorgungsmarkt fordert auf lange Sicht die Erweiterung der individuellen Serviceleistungen und erhöht gleichzeitig die Umsatzchancen. Es sollte daher keinesfalls versäumt werden, eine entsprechende Vertriebsstrategie, die auch neue Hard- und Software aufgreift, frühzeitig zu definieren und zu prüfen.

Interview: Alexandra Reiter