

# „Optimieren kann man alles“

## Bruchsaler Energie-Dienstleister betreut mittlerweile 2 500 Firmenkunden

**Bruchsal.** „Rund 40 bis 50 Prozent des Endbetrages auf einer Stromrechnung sind Steuern, Abgaben, Durchleitungsgebühren und anderes. Der Rest sind die reinen Stromkosten. Optimieren kann man freilich alles.“ Der das sagt, muss es wissen: Ralf Schade ist Geschäftsführer von Enoplan, der Ingenieurgesellschaft für Energiedienstleistungen in Bruchsal. Die Firma betreut bundesweit 2 500 Firmenkunden und optimiert für diese die Beschaffung von Strom, Gas, Fernwärme sowie Wasser und Abwasser.

Das Geschäftsmodell ist erfolgreich: Was als kleines Startup-Unternehmen vor 20 Jahren begann, hat sich zu einem Qualitätsführer unter den Energiedienstleistern entwickelt. „Unsere Erfolgsgeschichte ist schon außergewöhnlich“, freut sich Geschäftsführer Schade, der seit 2001 das Unternehmen leitet.

Die Enoplan-Dienstleistung war vor der Liberalisierung des Energiemarktes 1998 stark technisch geprägt, weshalb überwiegend In-

genieure beschäftigt waren. Danach verlagerte sich die Nachfrage zunehmend auf den kaufmännischen Bereich. Enoplan war der erste Energie-Dienstleister bundesweit, der für seine Kunden nach der Liberalisierung den Versorger wechselte. Dieses historische Ereignis erzeugte im Mai 1999 größeres öffentliches Aufsehen, weil das Nachrichtenmagazin „Fokus“ eingehend darüber berichtete.

Heutzutage ist der Energiemarkt deutlich komplexer und undurchsichtiger geworden, stellt Schade fest. Der Zeitpunkt, wann Strom an der Börse gekauft wird, sei speziell für die Großkunden häufig wichtiger als der Versorger. Wenn beispielsweise eine mittlere Druckerei mit einer Million Kilowattstunden

jährlich durch einen guten Einkaufszeitpunkt 1,5 bis zwei Cent pro Kilowattstunde sparen kann, dann macht das 15 000 bis 20 000 Euro im Jahr aus, rechnet Vertriebsleiter Michael Berg vor. Notwendig sei also die tägliche Beobachtung der Strombörse. „Das ist unser Job“, so Berg.

Versorger, die zu einem schlechten Zeitpunkt eingekauft haben, bekämen in der Regel Probleme, ihre Strommengen am Markt abzusetzen. Schade betont: „Unsere Aufgabe ist es, Versorger zu finden, die gut, flexibel und günstig eingekauft haben, und bereit sind, diese Preise an die Kunden weiterzugeben.“

Enoplan bietet diese Dienstleistung Kunden wie H & M, Praktiker oder dem Modehaus

Charles Vögele an. Für viele Filialisten empfangen die Bruchsaler monatlich die Energierechnung, überprüfen diese und bezahlen sie. Die Kunden können die Daten tagesaktuell via Internet einsehen. „Das gibt es in der Branche sonst nicht“, erläutert Schade zufrieden.

Als mittlerweile 100-prozentige Tochter der RWTÜV-Gruppe (Gesellschafter der TÜV Nord AG) beschränkt sich das Unternehmen nicht nur auf die Beschaffung, sondern bietet auch ein breites Spektrum an Optimierungsdienstleistungen an. Rund 85 Mitarbeiter werden beschäftigt.

„Wir sind gut aufgestellt“, unterstreicht Schade. Die Enoplan-Gruppe steigerte den Umsatz von sieben Millionen Euro im Jahr

2008 auf 25,5 Millionen Euro im vergangenen Jahr. Dieses Jahr erwartet der Geschäftsführer nochmal eine Steigerung um rund elf Millionen Euro.

Enoplan hat zwei Firmentöchter: Enoenergy, die Handel und Dienstleistungsfirmen mit Kälte, Wärme und Licht beliefert und ein Energiemanagement aufbaut. Enoenergy hat 2009 mit 18,5 Millionen Euro den Löwenanteil zum Umsatz beigesteuert. 2010 werden 28 Millionen Euro angepeilt. Neu gegründet wurde die Tochter Enometrik. Sie betreibt Messstellen für Kettenkunden und fasst alle Daten zusammen.

Wagt Schrade eine Prognose über die Preisentwicklung im Strombereich? „20 bis 30 Prozent Preisanstieg in den nächsten zwei Jahren“, hält er für wahrscheinlich. In dem Maße, wie sich die Wirtschaft erholt, werden die Preise anziehen, ist er überzeugt. Um so wichtiger sei es, günstig einzukaufen und die Prozesse zu optimieren.“

Monika John