



unterallgäu
landkreis



ECACONCEPT
> Efficiency > Competence > Analysis

**Auswertung der Energieberatungskampagne
in Mindelheim
(25.10.2018 - 01.02.2019)**

ECA Concept GmbH
Messerschmittstr. 5
87437 Kempten

Kempten, den 20.02.2019

Inhalt

1. Vorbemerkung	3
1.1 Hintergrund.....	3
1.2 Zeitraum	3
1.3 Beteiligte.....	3
1.4 Zielgruppe	3
1.5 Inhalt und Nutzen	4
2. Vorstellung ECA Concept	4
2.1 Unternehmen.....	4
2.2 Eingesetzte Berater	4
3. Auswertung Beratungskampagne.....	5
3.1 Anzahl der angeschriebenen Betriebe	5
3.2 Anzahl der durchgeführten Beratungen.....	5
4. Ergebnisse Beratungskampagne.....	6
4.1 Zusammenfassung aufgedeckter Effizienzpotentiale	6
4.2 Feedback der Energieberater (Auszüge)	10
4.3 Feedback der beratenen Unternehmen.....	11
5. Vorschläge zur Verbesserung der nächsten Kampagne.....	13
5.1 Feedback der Energieberater / ECA Concept	13
5.2 Feedback der beratenen Unternehmen.....	14
6. Statements	15

1. Vorbemerkung

1.1 Hintergrund

Die Beratungskampagne in Mindelheim fand auf Initiative der Klimaschutzabteilung der Stadt Mindelheim statt. Ziel der Kampagne war bzw. ist das Erreichen von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), d. h. Information, Sensibilisierung und Motivation zu weiteren Handlungen – insbesondere Energiekosten senken, Energieeffizienz steigern und erneuerbare Energien nutzen. Die Ergebnisse der Beratungskampagne werden in nachfolgendem Bericht vorgestellt.

1.2 Zeitraum

Der offizielle Kampagnenstart war der 25.10.2018 (Präsentation und Unternehmerfrühstück bei der Firma Kleiner in Mindelheim). Die Beratungsgespräche fanden im Zeitraum 28.11.2018 bis 01.02.2019 statt. Der Zeitraum wurde bewusst begrenzt, um den Kampagnencharakter der Beratung zu forcieren.

1.3 Beteiligte

Folgende Institutionen und Unternehmen waren im Zuge der Beratungskampagne beteiligt:

- Stadt Mindelheim
- Landkreis Unterallgäu
- ECA Concept

1.4 Zielgruppe

Grundsätzlich richtete sich das Beratungsangebot an KMU aus dem Stadtgebiet Mindelheim. Zielbetriebe waren hierbei insbesondere diejenigen Unternehmen, die einen signifikanten Energie- bzw. Ressourcenverbrauch aufweisen.

1.5 Inhalt und Nutzen

Inhalt und Nutzen der Beratungskampagne lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Angeboten wurde eine zwei- bis dreistündige Impulsberatung durch einen qualifizierten Energieberater
- Ganzheitliche und systematische Beratung unter Berücksichtigung aller Querschnittstechnologien
- Kompetenter Blick von außen: Erfahrene Fachexperten können auf Effizienzpotentiale im Unternehmen hinweisen und Vorschläge zur Energieeinsparung geben
- Unternehmen erhalten Vorschläge für passende Fördermöglichkeiten
- Die Beratung ist anbieter- und produktneutral und für alle Unternehmen kostenfrei
- Entwicklung eines schlüssigen Konzeptes für die weitere Vorgehensweise zur Erhöhung der Energieeffizienz bei den Unternehmen

2. Vorstellung ECA Concept

2.1 Unternehmen

Die ECA Concept GmbH mit Sitz in Kempten ist eine auf Energiemanagementsysteme, Material- und Ressourceneffizienz spezialisierte Unternehmensberatung. Seit 2006 hat das interdisziplinäre Expertenteam rund 500 Kunden aus Industrie und Gewerbe auf deren Weg zu einer optimalen Verwendung von Ressourcen im Spannungsfeld zwischen Materialstrom, Energieverbrauch und technologischem Fortschritt begleitet.

ECA Concept führt systematische Analysen durch und erarbeitet ganzheitlich Handlungskonzepte, welche zu einer nachhaltigen Effizienzsteigerung führen, mit dem Ziel, monetären Nutzen für Unternehmen zu generieren.

2.2 Eingesetzte Berater

Folgende Berater wurden im Rahmen der Beratungskampagne eingesetzt:

- Dr. Jürgen Kaeser
- Matthias Voigtmann
- Thomas Puchalla

Alle Berater sind bei der dena (Deutsche Energie-Agentur) und dem BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) als Energieeffizienzexperten gelistet und verfügen über langjährige praktische Erfahrung bei der Energieeffizienzberatung von Unternehmen.

3. Auswertung Beratungskampagne

3.1 Anzahl der angeschriebenen Betriebe

Insgesamt wurden im Stadtgebiet Mindelheim 52 Unternehmen angeschrieben bzw. telefonisch kontaktiert.

3.2 Anzahl der durchgeführten Beratungen

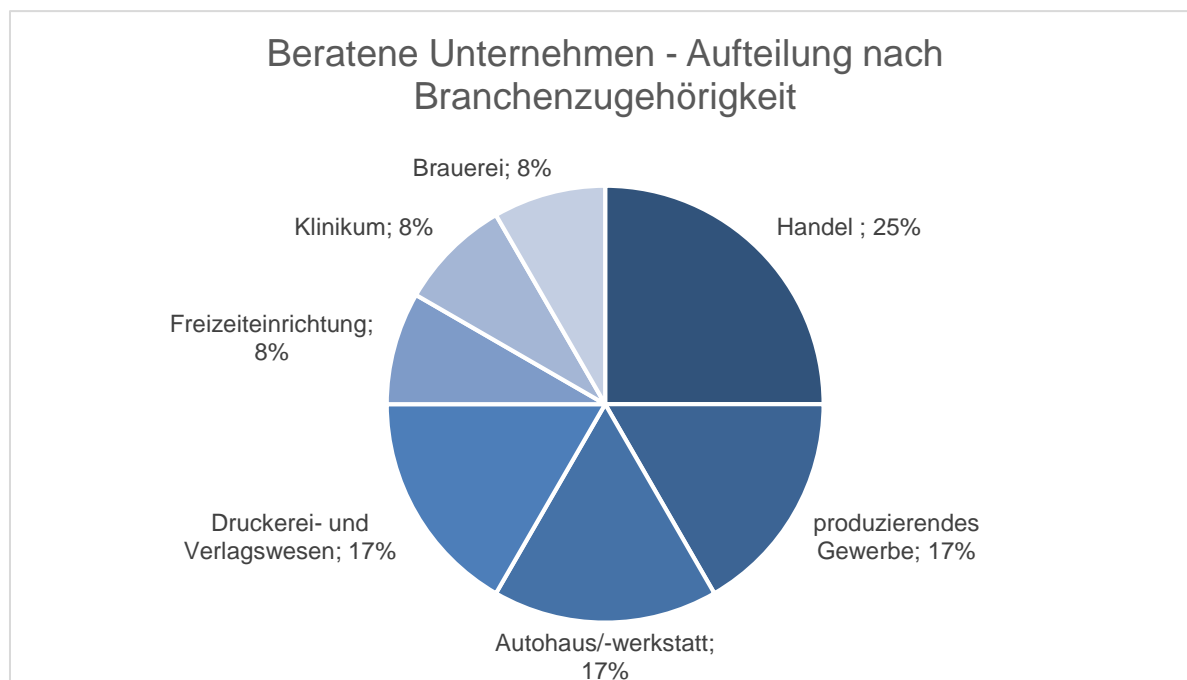
Durch das Anschreiben, die persönliche Vorstellung der Kampagne bzw. den Dialog beim Unternehmerfrühstück am 25.10.2018 sowie die telefonische Nachfrage konnten insgesamt 12 Unternehmen zu einer Teilnahme an der Beratungskampagne überzeugt werden.

Bezogen auf die Anzahl der angeschriebenen Betriebe beträgt die Beratungsquote aus durchgeführten Beratungen und Anzahl der Betriebe **23 %**.

Bei folgenden Unternehmen wurde eine Beratung durchgeführt:

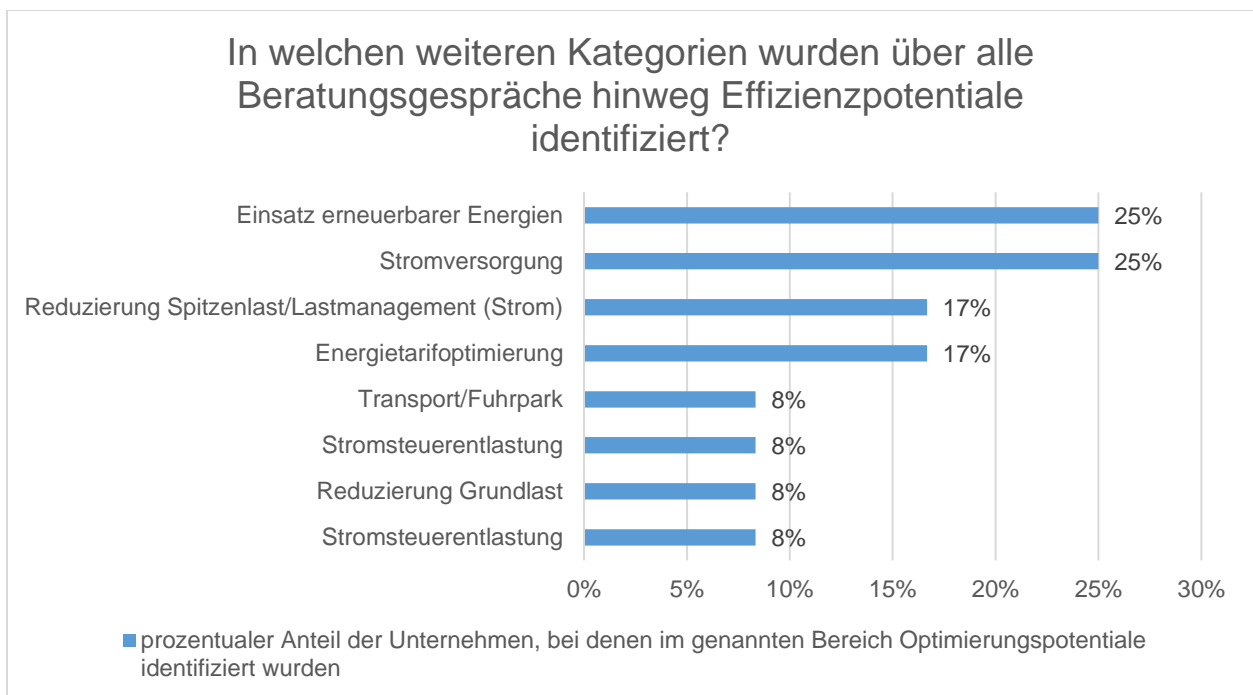
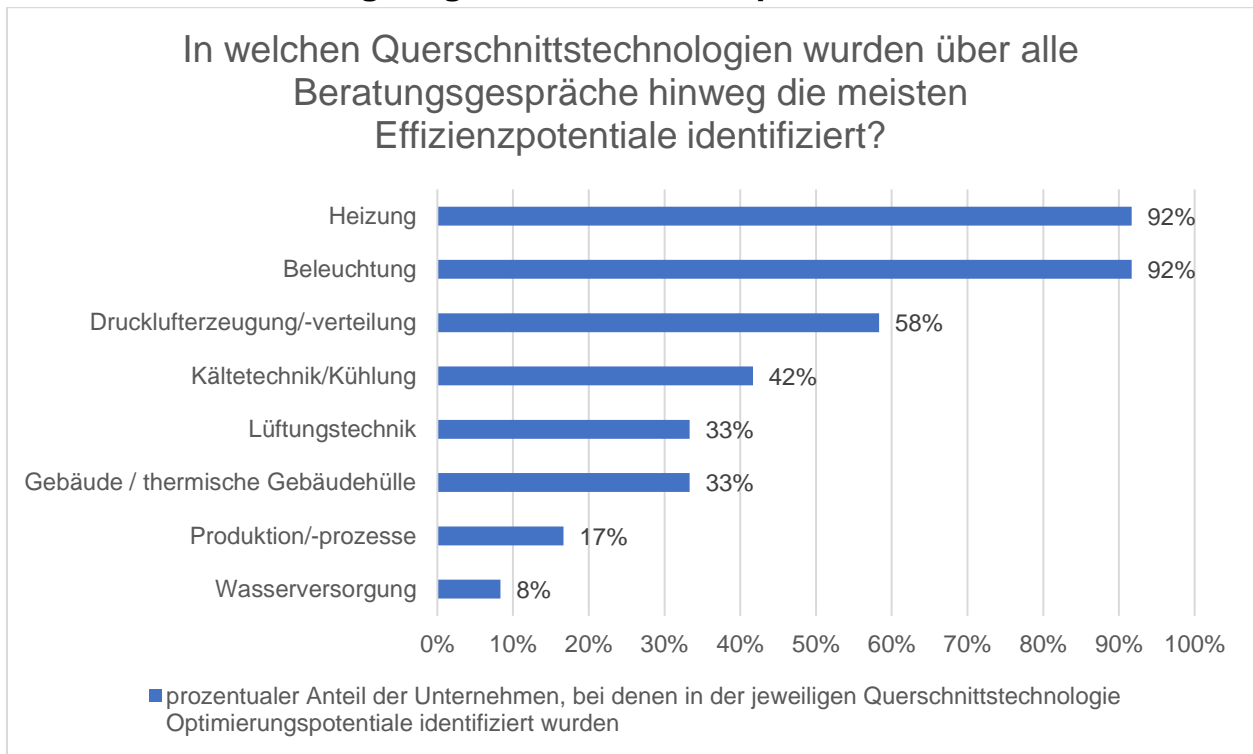
- Auto & Motorrad Teile AMT
- Autohaus Hasse GmbH
- Bauer Elektronik GbR
- Druckerei Wagner GmbH
- Intercom IT GmbH
- Jäckle Automobile KG
- Kreisklinik Mindelheim
- Kurt-Jochen Walter Bürstenfabrik
- Lindenbrauerei GbR
- miniMax Sport- und Kinderpark
- MN Gerüstbau GmbH
- Verlag W. Sachon GmbH & Co.KG

Daraus ergibt sich folgende Aufteilung nach Branchenzugehörigkeit:



4. Ergebnisse Beratungskampagne

4.1 Zusammenfassung aufgedeckter Effizienzpotentiale



Auszug aus identifizierten Effizienzpotentialen

Im Rahmen der Beratungsgespräche konnten sowohl Optimierungsvorschläge für Einzelmaßnahmen als auch weiterführende, individuelle Konzeptideen entwickelt werden. Nachfolgend werden exemplarisch einige der Empfehlungen genannt.

Auszug Empfehlungen:

- Optimierung Beleuchtung, z. B.
 - Umstellung auf LED-Technik bzw. alternativ Ersatz von Leuchtstoffröhren durch LED-Retrofit-Röhren
 - Nutzung von Zonensteuerung und indirekter Beleuchtung
- Optimierung Beheizung, z. B.
 - Durchführung hydraulischer Abgleich des Heizungssystems
 - Ersatz bestehender Anlagen zur Wärmeerzeugung durch effizientere Modelle
 - Umstellung auf effizientere Wärmeabgabesysteme
 - Optimierung Wärmeverteilung
 - Nutzung Brennwerttechnik
 - Prüfung alternativer Wärmequellen
 - Überprüfung und Anpassung der Parameter der Heizungsregelung
 - Überprüfung und Optimierung der Betriebsweise, z. B. der Wärmepumpe(n)
 - Isolierung von Rohrleitungen
 - Installation thermischer Stellantriebe zur Verhinderung von Durchströmung bei Nicht-Betrieb
- Optimierung Druckluftherzeugung/-verteilung, z. B.
 - Ortung, Identifizierung und Beseitigung von Druckluftleckagen
 - Optimierung Wirkungsgrad der Druckluft-Erzeugung durch kühleren Aufstellort für Druckluft-Kompressoren bzw. Reduzierung der Umgebungstemperatur am aktuellen Aufstellort
 - Optimierung Steuerung/Regelung
 - Netzabschaltung außerhalb der Arbeitszeiten
 - Prüfung und ggf. Reduzierung Druckniveau
- Optimierung Lüftungstechnik, z. B.
 - Erstellung eines Lüftungskonzepts und Prüfung alternativer, effizienterer Lüftungstechnologien bspw. konvektive Abluftventilatoren
 - Optimierung durch Steuerung/Regelung
 - Reduzierung überhöhter Luftleistung
- Optimierung des Wirkungsgrads der bestehenden Kühlung durch Rückkühlung über vorhandene Wasserquellen
- Energetische Optimierung Gebäudehülle, z. B. Fassadenisolierung, Fensteraustausch
- Optimierung elektrische Antriebe/Motoren sowie Pumpentechnik und Ersatz durch effizientere Modelle, bspw. bei Heizungspumpen

- Wärmerückgewinnung bzw. Abwärmenutzung, bspw. aus Druckluft, Produktionsprozessen oder Kühlung
- Analyse und Reduzierung der Grundlast
- Eigenstromerzeugung bzw. Einsatz erneuerbarer Energien (Photovoltaikanlage), vereinzelt in Verbindung mit einem Batteriespeicher
- Organisatorische Maßnahmen, z. B. Abschaltung nicht benötigter Geräte und Anlagen

Hinzu kommen allgemeingültige Empfehlungen, aber nicht zu vernachlässigende Empfehlungen, wie die Mitarbeitersensibilisierung und Optimierung des Nutzerverhaltens.

Neben den genannten technischen, energetischen und organisatorischen Potentialen wurden regelmäßig auch Potentiale energiewirtschaftlicher Art identifiziert. Diese sind auszugsweise nachfolgend dargestellt:

- Prüfung möglicher Strom- und Energiesteuerentlastungen sowie sonstiger Entlastungen (z. B. bei Netznutzung)
- Reduzierung bzw. Vermeidung von Lastspitzen, teils mit der Empfehlung der Implementierung eines geeigneten Lastmanagements
- Prüfung Stromtarife und Strompreisreduzierung: Einige Unternehmen wiesen einen vergleichsweise hohen Stromtarif auf, weswegen eine Stromtarifoptimierung empfohlen wurde

Darüber hinaus wurden bei einigen Unternehmen auch individuelle Konzeptideen erarbeitet. Aus Gründen der Geheimhaltung können diese Beispiele – insbesondere da sie oftmals den Prozess bzw. die Hauptgeschäftstätigkeit betreffen – nicht ohne Weiteres dargestellt werden.

Je nach Umfang und Dauer der Beratung sowie identifizierten Vorschlägen erhielt jedes Unternehmen ein Ergebnisprotokoll mit einem Umfang zwischen 4 und 10 Seiten.

Quantifizierbares Effizienzpotential

Im Rahmen der Kampagne wurde insgesamt ein **quantifizierbares Effizienzpotential bzw. Einsparungspotential**

- von **214.900 kWh/a**
- von **15.160 €/a**
- von **66.600 kg CO₂/a**

identifiziert.

Zu bemerken ist hierbei, dass **dieses Potential lediglich rund 20 % aller identifizierten Potentiale beschreibt.**

Aus verschiedenen Gründen konnten 80 % der identifizierten Potentiale zwar qualifiziert, aber nicht quantifiziert werden:

- Begrenzter zeitlicher Umfang der Beratungen
- Fehlende Datenbasis zur Berechnung der Potentiale

Insgesamt wurden ca. **95 Optimierungsvorschläge** (quantitative und qualitative Effizienzpotentiale) im Zuge der Kampagne generiert.

Empfohlene Fördermittel

Im Zuge der Beratungsgespräche konnte eine Vielzahl potentieller Fördermöglichkeiten für Unternehmen identifiziert werden. Folgende Fördermittel wurden empfohlen:

- Energieberatung im Mittelstand (BAFA)
- Förderung von Querschnittstechnologien (BAFA)
bzw. seit 01.01.2019:
- BMWi-Förderprogramm „Energieeffizienz in der Wirtschaft“:
 - Modul 1 (Querschnittstechnologien)
 - Modul 2 (Prozesswärme)
 - Modul 3 (EnMS-Software, MSR-Technik, Sensorik)
 - Modul 4 (Optimierung Prozesse und Anlagen)
- go-digital (BMWi)
- Digitalbonus.Bayern

Sonstige Ergebnisse

- Bei einem Großteil der Unternehmen lagen weder Aufzeichnungen zu energetischen Hauptverbrauchern vor noch waren Messstellen für wesentliche Energieverbraucher vorhanden. Dieser Umstand erschwerte die Abschätzung des Ausmaßes von Effizienzpotentialen und deren Quantifizierung.
- Die Auswertung vorliegender Informationen, wie bspw. Lastgänge (insbesondere Strom, aber vereinzelt auch Erdgas), wird noch nicht konsequent betrieben.
- Das Thema Digitalisierung von Produktions- und Geschäftsprozessen stieß bei den Beratungsgesprächen, in denen dieses Thema aufgegriffen wurde, bei den Unternehmen auf großes Interesse.

4.2 Feedback der Energieberater (Auszüge)

Genereller Eindruck zur Kampagne sowie Auffälligkeiten und Besonderheiten

- „Die Vorbereitung der Unternehmen war grundsätzlich gut, so wurden bei den meisten Vor-Ort-Terminen z. B. Rechnungsdaten bereitgestellt. Weitere technische Informationen sind meistens nicht so einfach verfügbar, allerdings liegt das oft auch an der Unternehmensgröße.“
- „Für mich persönlich sind die Lastgänge sehr hilfreich, am besten wäre es, wenn diese schon im Voraus verfügbar wären. Hier wäre evtl. eine Art „Infoblatt“, wie die Unternehmen diese vom EVU beschaffen können, hilfreich. Zumindest für diejenigen Unternehmen, die sich in diesem Bereich noch nicht so gut auskennen.“
- „Die Kampagne ist gut gemacht und wurde sehr gut organisiert. Die Kunden waren sehr gut informiert („wussten, was sie wollten, keinem war die Beratung egal“) und haben sich Zeit genommen für die Beratung bzw. hatten reges Interesse daran.“
- „Alle Ansprechpartner waren zum Beratungstermin soweit gut informiert über die Hintergründe der Beratung. In zwei von drei Fällen wurden jedoch die Energierechnungen nicht vorbereitet bzw. lagen nicht vor, was die Bewertung extrem erschwert.“
- „Aufgefallen ist, dass die Unternehmen bei der Anlagentechnik oftmals gut aufgestellt sind, aber insbesondere im Bereich der Auswertung und Visualisierung von Energiedaten noch Potential vorhanden ist. Hier wäre der nächste Schritt die Betrachtung des Themenfelds Digitalisierung.“
- „Beratene Unternehmen waren sehr gut informiert und interessiert und haben unabhängig von der Beratung bereits diverse Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz durchgeführt.“
- „Der Wissenstand über die energierelevanten Anlagen und Zusammenhänge ist sehr unterschiedlich. Während bei einem Unternehmen alle „Standardthemen“ bereits umgesetzt wurden, bestanden beim anderen extreme Wissensdefizite.“
- „Es werden bereits gute und durchdachte Energieeffizienzmaßnahmen durchgeführt - ein Gesamtkonzept fehlt jedoch bei den meisten Unternehmen.“

4.3 Feedback der beratenen Unternehmen

Im Nachgang zur Beratungskampagne wurde eine erste kurze Befragung der Unternehmen durchgeführt. Dabei konnte das Feedback von allen Unternehmen, die an der Kampagne teilgenommen haben, eingefangen werden.

Feedback zur Beratung (wurden Erwartungen an die Beratung erfüllt?)

- „Mehr oder weniger, da sehr gut aufgestellt und schlichtweg keine Empfehlungen nötig waren.“
- „Die Erwartungen waren aufgrund der Gegebenheiten nicht sehr hoch und wurden erfüllt.“ - Erläuterung: Im Vergleich zum Umsatz sind die Energiekosten marginal. Herr [...] stand der Aktion dennoch offen gegenüber: „Ein Austausch sei immer wichtig, schon um üblicher Betriebsblindheit vorzubeugen.“
- „Ja – allein schon im Hinblick auf die Kürze der Zeit Bester Hinweis bzw. Empfehlung: Leistungsverluste des Kompressors“
- „Ja und nein“ - Der Ansprechpartner wusste "was raus kommt" – „die Beratung hat somit wenig gebracht“.
- „Beratungen wurden im Hinblick auf die vorhandene Sondersituation durchaus erfüllt.“
- „Kann man mit ja beantworten! Die Empfehlungen waren allerdings bekannt.“
- „Im Großen und Ganzen Ja.“
- „Ein uneingeschränktes Ja.“ Ergänzung: Es handelt sich um ein kleineres Unternehmen, das keine hohen Energieverbräuche verzeichnet. Dennoch erwähnte Herr [...] im Laufe des Gesprächs, dass er gute Tipps im Bereich Beleuchtung, Druckluft erhalten habe.
- „Im Großen und Ganzen Ja. Nach der Bestandsaufnahme und Übersichtserstellung erfolgten gute Tipps, die vorrangig angegangen werden sollten, d.h., die auch im Verhältnis zu Aufwand und Ertrag stehen. Das hat durchaus imponiert. Die beste Empfehlung bezog sich auf die Optimierung der Kühlung und wird in naher Zukunft umgesetzt.“
- „Ja, kann man so sagen.“
- „Größtenteils - beste Empfehlung: Einsatz von geregelten Pumpen.“
- „Teilweise - Beratung wohl eher für Industrieunternehmen gedacht.“

Feedback zum Berater (persönlich und fachlich)

- „Sehr netter angenehmer Berater, der wohl selbst von den Gegebenheiten beeindruckt war.“
- „Da gab es absolut nichts auszusetzen“
- „Beides bestens!“
- „Das hat in jeder Hinsicht gepasst.“
- „Angenehmer und kompetenter Gesprächspartner“
- „Die Chemie hat auf jeden Fall gestimmt und die fachliche Kompetenz ist mit Sicherheit reichlichst vorhanden!“
- „Beides bestens. Angenehm, sachlich und kompetent.“
- „Beides einwandfrei!“
- „Beides wirklich angenehm und gut!“
- „Angenehm, gut und kompetent.“
- „Chemie und Kompetenz war absolut in Ordnung.“
- „Angenehm und kompetent - Berater wusste sofort wo es haken könnte.“

Feedback zum organisatorischen Ablauf/Kundenservice ECA Concept

- „Einwandfrei!“
- „Ebenfalls in Ordnung.“
- „Nichts auszusetzen.“
- „In Ordnung.“
- „Auch zu diesem Punkt volle Zufriedenheit.“
- „War alles o.k.“
- „Terminabsprachen etwas schwierig“ - was allerdings an der schlechten Erreichbarkeit von Herrn [...] selbst gelegen hätte.
- „Hat gepasst - sehr kulant wurde auf meine Terminwünsche eingegangen.“
- „Hat alles geklappt.“
- „Problemlos.“
- „War in Ordnung.“
- „Keine Beanstandungen.“

5. Vorschläge zur Verbesserung der nächsten Kampagne

5.1 Feedback der Energieberater / ECA Concept

- „Die Verknüpfung zum Themenfeld Digitalisierung könnte stärker in der Fokus gerückt bzw. beworben werden (betrifft praktisch jedes beratene Unternehmen auf die ein oder andere Weise und hat oft einen stärkeren Einfluss auf die Geschäftstätigkeiten als die meist vergleichsweise geringe Energieversorgung).“
- „Falls irgendwie sinnvoll möglich die Fa. Grob miteinbeziehen (hoher gesamter Energiebedarf, möglicher Türöffner etc.).“
- „Noch mehr Informationen im Vorfeld der Beratung zugänglich machen (insbesondere Lastgänge, Energierechnungen - diese wurden auf Vorab-Anfrage von ECA vereinzelt vorbereitet, aber nicht konsequent). Evtl. die Unternehmen stärker motivieren mit dem Hinweis, dass eine Vorab-Übermittlung der Daten einen direkteren Einstieg in die Beratung und somit mehr Zeit für die Betrachtung weiterer Themen ermöglicht.“
- „Man könnte sich Gedanken über ein Anschlussangebot machen. Dies könnte bspw. eine weiterführende Aktion durch die Stadt Mindelheim oder den Landkreis Unterallgäu beinhalten, aber auch die gezielte Erstellung eines Flyers, der den Unternehmen einen Überblick über Fördermöglichkeiten und -programme gibt.“
- „Der Fokus sollte noch stärker auf den Auftakt der Kampagne gelegt werden, da Erfolg der Kampagne maßgeblich von der Auftaktveranstaltung und deren Signalwirkung abhängt. Ein Unternehmerfrühstück oder alternativ eine Abendveranstaltung sind hierfür eine gute Plattform und sollten mit ausreichender Vorlaufzeit beworben werden. Zudem bietet es sich an, die Unternehmen im Anschluss an die schriftliche Einladung telefonisch zu kontaktieren und zur Teilnahme an der Veranstaltung zu motivieren.“

5.2 Feedback der beratenen Unternehmen

Fragestellung an die Unternehmen:

Feedback zum Projekt selbst (wird das Engagement der Stadt bzw. des Landkreises als hilfreich/überflüssig/aufdringlich/überfällig/etc. empfunden? Verbesserungsvorschläge für eine mögliche Wiederholung der Kampagne in 2 Jahren?)

- „Hilfreich, externe Bestätigung der eigenen Bemühungen - Projekt so in Ordnung.“
- „Hilfreich - der Blick von außen! Konzept gut und ausreichend.“
- „Eine hilfreiche Aktion - bei einer Neuauflage wären zwei Termine mit etwas mehr Zeit sinnvoll.“ Ergänzung: Herr [...] fand die Aktion zwar gut, würde aber künftig zwei Termine bevorzugen (Kennenlernen und Datenerhebung sowie Abschlussgespräch). Ein für ihn wichtiger Schwerpunkt wäre (zusätzlich) die Ermittlung von Zuschussmöglichkeiten.
- „Ein überflüssiges Projekt.“ Ergänzung: Da Herr [...] wusste „was raus kommt“, stand er der ganzen Aktion sehr kritisch gegenüber. Auch als "Bestätigung" zählt die Beratung nicht - er wusste, dass sein Unternehmen energetisch bereits gut aufgestellt ist. Ein positiver Punkt - minimale Einsparung im Kompressorbereich - wurde genannt. Fazit am Ende des Gesprächs: "Ich bin dennoch zufrieden, es hat gepasst!"
- „Ein vernünftiges und hilfreiches Angebot der Stadt Mindelheim.“
- "Grundsätzlich eine gute Geschichte."
- Herr [...] ist über die Zeitung auf das Projekt aufmerksam geworden. Er meldete sich daraufhin selbst bei der Stadt, da er leider nicht auf der Einladungsliste stand. Bei einer möglichen Neuauflage wünscht er sich für größere Betriebe ein größeres Zeitangebot - mindestens fünf Stunden.
- „Interessant - könnte in Zukunft genauso ablaufen.“
- „Eine hilfreiche Sache, die bei Neuauflage genauso umgesetzt werden könnte.“
- „Eine hilfreiche Aktion - auch für die Zukunft passend.“
- „Hilfreich und für die Zukunft ausreichend.“
- Keine Festlegung, da die Aktion das Unternehmen "nicht viel weiter gebracht hätte" - es gab aber auch keine Verbesserungsvorschläge für die Zukunft.

6. Statements

Freigabe für Veröffentlichung bereits erhalten

"Es war eine durchaus gute Entscheidung, an der Beratungskampagne der Stadt Mindelheim teilzunehmen. Der Blick von außen durch neutrale Fachleute hat auch uns Effizienzmöglichkeiten aufgezeigt."

Bernd Bauer, Inhaber (Bauer Elektronik GbR)

Mit der Teilnahme an diesem durchaus sinnvollen Projekt wollten wir sicher gehen, keine Energieeffizienzmöglichkeit außer Acht gelassen zu haben. Das Ergebnis ist nun eine Bestätigung dafür, dass unser Unternehmen energetisch absolut perfekt aufgestellt ist. Allein im Strombereich sind wir aufgrund der Eigenerzeugung beinahe autark.
Besten Dank für das Engagement der Stadt Mindelheim in dieser Sache."

Peter Meinhold, Inhaber (AMT Auto & Motorrad Teile)

"Besten Dank für das Engagement der Stadt Mindelheim. Wir nahmen das Angebot einer geförderten Energieberatung, durchgeführt von neutralen, kompetenten Spezialisten, gerne an. Das Ergebnis dient nun hervorragend als Gesprächsgrundlage für künftige Verhandlungen mit unserem Vermieter."

Peter Heel, Assistent der Geschäftsleitung (Intercom IT GmbH)

"Die Kampagne kann man grundsätzlich als "gute Sache" ansehen. Es ist für Unternehmerentscheidungen sicher von Vorteil, wenn die bekannten größtenteils gebäudespezifischen Schwachstellen von kompetenten Fachleuten entsprechend aufgezeigt und dokumentiert werden. Das Ergebnis dient nun als Basis für künftige Investitionsentscheidungen."

Torsten Stöckle, Technik (Jäckle Automobile KG)

"Wir fanden die Aktion der Stadt Mindelheim sehr interessant. Ein neuer Blickwinkel ist für ein Unternehmen immer gut. Es hat sich während der Beratung herausgestellt, dass unser Unternehmen in Sachen Energieeffizienz schon sehr gut aufgestellt ist. Allerdings bekamen wir dennoch einige gute lukrative Tipps, die wir auch umsetzen werden."

Herr Walter, Inhaber (Kurt-Jochen Walter Bürstenfabrik)

Statement wurde gemäß Telefonat notiert und liegt nun in schriftlicher Form zur Freigabe beim Unternehmen (Stand 20.02.2019)

"Offen sein, um alle Möglichkeiten des "Dazulernens" auszuschöpfen, war unsere Motivation für die Teilnahme an der Beratungskampagne der Stadt Mindelheim. Neben der Bestätigung, energetisch gut aufgestellt zu sein, gab es einige Ansätze, die ohne größere Investitionen relativ leicht umsetzbar sind. Besten Dank an alle Akteure."

Daniel Hasse, Inhaber (Autohaus Hasse GmbH)

"Eine gute Sache, die die Stadt Mindelheim hier angeboten hat. Man wird wieder mal "wachgerüttelt" und beschäftigt sich mit Dingen, die im Alltagsgeschäft unter gehen. Die Verbesserungsvorschläge werden so schnell wie möglich umgesetzt."

Thomas Niedermaier, Inhaber (MN Gerüstbau GmbH)

"Insgesamt eine gute Aktion der Stadt Mindelheim!
Mein Fazit: Es ist auch im energetischen Bereich durchaus zu empfehlen, externe Experten einzubeziehen. Wichtig ist die Neutralität. So kann auch eine Einsparung erfolgen, wenn eine geplante Investition aus plausiblen Gründen verhindert werden kann."

Frank Aschenbrenner, Geschäftsführung (miniMax Sport- und Kinderpark)

Das Angebot der Stadt Mindelheim haben wir gerne angenommen, obwohl wir der Meinung waren, alles gemacht zu haben was möglich ist. Mit dem Abschlussbericht erhielten wir dennoch einige gute Tipps. Er dient uns als Leitfaden für die Umsetzung energieeffizienter Maßnahmen nach Priorität (im Verhältnis zu Aufwand und Ertrag)."

Herr Müller, Geschäftsleitung (Lindenbrauerei)

Nachdem wir über die Beratungskampagne aus der Zeitung informiert wurden, meldeten wir uns bei der Stadt Mindelheim dafür an. Eine gute Sache, denn das Ergebnis war für uns "nicht unerfreulich". Dennoch gab es von den externen Experten Verbesserungsvorschläge, die wir nach und nach umsetzen werden. So ein Angebot ist sicherlich auch für größere Unternehmen interessant."

Josef Dietrich, technischer Leiter (Kreiskliniken Unterallgäu, Klinik Mindelheim)

Ansprechpartner

Fabian Bär
ECA Concept GmbH
Messerschmittstr. 5
87437 Kempten
Telefon: 0831/960162-18
Fax: 0831/960162-99
Mail: f.baer@eca-concept.de

Kempten, den 20.02.2019