



Dank Energieeffizienz die Margen optimieren

Die Vision der Firma EE3 GmbH besteht darin, gemeinsam mit den Kunden einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen und energieeffizienten Schweiz zu leisten. Das kleine, aber dynamische Team von Ingenieuren erarbeitet für die Kunden massgeschneiderte Lösungen, die es ermöglichen, ohne grosse Investitionen die Margen zu verbessern. Text **Oskar E. Aeberli**



Das EE3-Team (v.l.n.r.): Daniel Marti und Erich Zahnd bei einer Messinstallation.

Wir bieten unseren Kunden die Möglichkeit, mit unserem Eco-Concept erfolgreich Energie zu sparen und damit die Kosten zu reduzieren», bringt Daniel Marti, Geschäftsführer der EE3 GmbH, das Geschäftsprinzip des Start-up-Unternehmens auf den Punkt. «Mit dem von uns entwickelten Produkt geht es darum, beim Kunden zuerst eine Standortbestimmung vorzunehmen, das heisst beim Unternehmen den Ist-Zustand des Energieverbrauchs zu erfassen und das effektive Sparpotenzial zu ermitteln.» Der von den beiden Gründern, Erich Zahnd und Daniel Marti, gewählte Firmenname EE3 GmbH steht dabei für die drei rele-

vanten Kriterien effizient, erneuerbar und einheimisch.

Breite Dienstleistungen

Angesprochen auf die Applikation des Eco-Concepts erläutert Energieexperte Daniel Marti: «Unser Team von Ingenieuren ist in der ganzen Schweiz tätig und erarbeitet primär Lösungen zur Steigerung der Energieeffizienz. Dabei zeigen wir insbesondere Unternehmen, Gemeinden und Liegenschaftsbesitzern auf, wie diese ohne grosse Investitionen und in Etappen das Energie- und Ressourceneffizienz-Potenzial ausschöpfen, den Anteil an erneuerbaren Energien kontinuierlich steigern und

die Kostenstrukturen optimieren können.» Als akkreditierte Energiespezialisten erarbeiten die Ingenieure der EE3 GmbH dabei insbesondere für Grossverbraucher-Kunden ein «Rundum-Sorglos-Paket» mit massgeschneiderten Lösungen und einem nach wirtschaftlichen Kriterien aufgebauten Massnahmenkatalog.

Vorgehen in Etappen

Wie andere Energieberatungs-Unternehmen nehmen die Ingenieure der EE3 GmbH beim Kunden eine Energieanalyse vor. Sie gehen dabei in vier Schritten vor:

1. Aufnahme des Ist-Zustands, ►

Mit dem EcoConcept konnte der Stromverbrauch beim Berghaus der Stanserhornbahn um 35 Prozent reduziert und die Stromversorgung bei deutlich tieferen Kosten zu 100 Prozent auf Erneuerbare Energie ausgerichtet werden.



► 2. Vornahme einer Potenzialanalyse, 3. Ausarbeitung eines Massnahmenplans und 4. Realisieren eines etappierten Umsetzungsplans. «Bei unserer Beratung nehmen wir jedoch Rücksicht auf den Investitionsplan des Kunden. Dabei spielen relevante Faktoren wie tiefe Öl- und Strompreise sowie die angespannte Finanz- und Wirtschaftslage eine wesentliche Rolle, die es beim Aspekt einer Steigerung der Energieeffizienz zu berücksichtigen gilt», betont der Energieexperte.

Deshalb engagiert sich das Team beim Vorgehen bei den Kunden primär auf zwei Ebenen: Einerseits auf der Ebene der Ermittlung von Sofortmassnahmen und andererseits auf derjenigen der Lokalisierung der grössten Energieverschwender. Zuerst geht es dabei um die Evaluation der «Low hanging fruits», also jenen Massnahmen,

Focus

Energiespar-Beispiele

Mittels EcoConcept lassen sich in Unternehmen folgende Energieeinsparungen erzielen:

■ Stromkonsum, Offertvergleich der Anbieter	>40%
■ Pumpenersatz, bedarfsorientierte Regelung	>37%
■ Gebäudetechnik, Optimierung der Steuerung Heizung und Kühlung	>30%
■ Bürotrakt, EcoModus und Stand-by-Geräte (Drucker und Kopierer)	>30%
■ Druckluftanlagen, Behebung von Undichtheiten	>30%
■ Seilbahnen, Einsatz EcoModus	>10%

die sich sofort und ohne grosse Investitionen realisieren lassen. Danach wird der bestehende Investitionsplan herangezogen und geschaut, was dabei effektiv für

Synchronisationen möglich sind. «So wird zum Beispiel oft die Elektroverteilung erneuert, ohne aber dabei zugleich die erforderlichen Messvorrichtungen einzubauen.



Hier versuchen wir anzusetzen und unseren Massnahmeplan auf den Investitionsplan des Kunden auszurichten», erläutert CEO Daniel Marti.

Erfolge bei Bergbahnen

Ein typisches Beispiel für das Vorgehen des Start-up-Unternehmens bei der Realisierung von möglichen Effizienzmassnahmen betrifft die Sparte Bergbahnen. EcoConcept-Lösungen wurden bislang für die Stanserhorn- und die Niesen Bergbahnen erarbeitet. Und dies mit grossem Erfolg, erhielt die Stanserhornbahn AG doch dank der Umsetzung des EcoConcepts den Solarpreis 2015 in der Kategorie «Institutionen». Mit dem in Etappen umgesetzten Energiekonzept konnte der Energieverbrauch nachhaltig gesteuert und deutlich reduziert werden. «Künftig kann der gesamte Betrieb der Bahn- und Restaurationsanlagen mit erneuerbaren Energien versorgt werden», stellt Energieexperte Marti mit berechtigtem Stolz fest.

Mit der Lancierung der Cabrio-Bahn stieg der Stromverbrauch sowohl bei der Stanserhornbahn als auch beim Berghaus, wo zugleich die Sanierung von Gebäudeteilen bevorstand. «Mit einer energetischen Standortbestimmung, einer Quantifizierung der Potenziale und konkreten Empfehlungen konnte der Trend zu höheren Stromkosten gestoppt und die bereits gute Nachhaltigkeit des Unternehmens weiter verbessert werden», schildert Marti das Erfolgsrezept. Mit dem massgeschneiderten EcoConcept konnte der Stromverbrauch beim Berghaus um 35 Prozent reduziert und die Stromversorgung bei deut-

lich tieferen Kosten zu 100 Prozent auf Erneuerbare Energie ausgerichtet werden.

Mehrwert für den Kunden

«Unser spezieller Fokus liegt darin, möglichst zahlreiche «Low hanging fruits» zu finden, das heisst Optimierungsmassnahmen mit einer Payback-Zeit von unter einem Jahr», betont Marti. Bei den jeweiligen Projekten werden die Optimierungen im EcoConcept zusammengefasst und nach Payback-Zeiten gegliedert. «Dieses Vorgehen ermöglicht eine orchestrierte Umsetzung nach wirtschaftlichen Kriterien und führt zu wiederkehrenden tieferen Sockelkosten für den Kunden. Das heisst, die realisierten Optimierungen schlagen sich als zusätzliche Marge im Betriebserfolg nieder», so das Resümee des Energieexperten. Im Klartext: Die EE3 GmbH generiert einen Mehrwert für ihre Kunden.

Breite Kundenpalette

Angesprochen auf die Kunden des Start-up-Unternehmens kommt der CEO ins Schwärmen: «Zu unseren Kunden zählen wir Banken, Gemeinden, die bereits erwähnten Bergbahnen, Grossverbraucher, Tourismus- und Hotelbetriebe, Liegenschaftsverwaltungen sowie die Holzverarbeitende und die metallverarbeitende Industrie.» Dabei betont Marti die für die Kunden wichtige Unabhängigkeit des Beratungsunternehmens EE3 GmbH. «Wir sind kein Planungs- oder Installationsunternehmen, weder Energie- noch Geräte-lieferant, bieten also den Kunden eine neutrale Beratung an, die sich ausschliesslich an dessen Nutzen orientiert.» ■

Focus

Name	EE3 GmbH
Gründung	2010
Gründer	Daniel Marti und Erich Zahnd
Leitidee	Mittels Betriebsanalyse für die Kunden ein massgeschneidertes Energie- und Optimierungs-Konzept erstellen
Branche	Energie
Finanzierung	Eigenmittel
Ziele	Mit dem EcoConcept bis zu 30 Prozent Energie- und Betriebskosten sparen
Mitarbeiter	Freie Ingenieure
Standort	Oberwil ZG
Internet	www.ee3.ch



Drei Fragen an: Daniel Marti, CEO EE3 GmbH

Weshalb wird sich EcoConcept erfolgreich am Markt durchsetzen?

Die Energieeffizienzmassnahmen aus dem EcoConcept manifestieren sich beim Kunden direkt in einem höherem EBIT und können damit zu einer Margensteigerung für die Unternehmung beitragen. Dies hat dazu geführt, dass wir viele Neukunden durch Empfehlungen bestehender Kunden gewonnen haben. Mit dem Gewinn des Solarpreises in 2015 und im Rahmen der Umsetzung des Grossverbraucherartikels in den Kantonen sind zusätzliche Kunden auf das EcoConcept aufmerksam geworden.

Worin besteht der grösste Kundennutzen von EcoConcept?

Mit den Optimierungsmassnahmen, die fast keine Investitionen erfordern, kann bei uns der Kunde sofort profitieren. Dazu gehören Massnahmen wie die Minimierung von Stand-by-Betriebsstunden, Eliminierung von Betrieb ohne Nutzen (BON), Optimierung bestehender Steuerungen z. B. bei Heizungs-, Lüftungs- und Wärmerückgewinnungsanlagen sowie auch einfache Massnahmen im Bereich Benutzerverhalten und -sensibilisierung. Um solche Optimierungspotenziale schnell zu finden, installieren wir beim Kunden spezielle Messgeräte wie unseren EcoBox-Profilier und haben jeweils eine Thermografie-Kamera mit dabei. Durch die Messungen erhält der Kunde auch Transparenz, wo im Betrieb wie viel Energie verbraucht wird. Dieses Erfassen kann dann in einem weiteren Schritt als Grundlage für eine vertiefte Betriebsoptimierung und ein Energiemesskonzept dienen.

Mit welchen Mitteln wird das Konzept am Markt positioniert?

Bisher haben wir das Glück neue Kunden zu gewinnen, die durch Referenzen oder den Solarpreis auf uns aufmerksam geworden sind. Zusammen mit der Lancierung des EcoBox-Profiliers auf dem Markt prüfen wir auch eine Marketingkampagne, segmentiert nach Industriebranchen, um unser EcoConcept und die EcoBox am Markt breiter bekannt zu machen.