

# enervision

Informationen für Geschäftskunden der Stadtwerke Bielefeld



## Kundenporträt: Union Knopf GmbH, Marktführer in der Knopf-Produktion

### forum S. 3

Die Energiewende und der Preis,  
den wir dafür zahlen

### interview S. 6–7

Thomas Monkenbusch über Beschaf-  
fungsmodelle für den Energieeinkauf

### news S. 8

Stadtwerke Bielefeld präsentierten  
auf dem Forum Maschinenbau



## Liebe Leserinnen und Leser,

der Strom- und Gasmarkt der Zukunft beschäftigt die Stadtwerke Bielefeld mehr denn je. Aktuelle Entwicklungen – Stichworte Fukushima, Moratorium oder auch die Euro-Turbulenzen – machen die Preise schwer prognostizierbar. Uns ist es wichtig, Ihnen, unseren Kunden, die Möglichkeit zu bieten, das Einkaufsrisiko zu reduzieren und außerdem das Thema Nachhaltigkeit zu berücksichtigen. Auf den Seiten 6–7 stellen wir Ihnen unsere neuen Beschaffungsmodelle vor, die wir in den vergangenen Monaten entwickelt haben. Im Vordergrund standen dabei immer die Bedürfnisse des Kunden. So haben Sie mit den Tranchenmodellen die Chance, den Kauf Ihres Stromkontingents auf unterschiedliche Zeitpunkte zu verteilen, sodass Sie selber auf Preisentwicklungen reagieren können. Mit dem Produkt »Business Blue« beziehen Sie Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien. Innovative Konzepte, mit denen Sie sich sicherlich erst einmal auseinandersetzen möchten. Dabei stehen wir Ihnen selbstverständlich jederzeit gerne beratend zur Seite. Ich wünsche Ihnen eine schöne Weihnachtszeit und ein erfolgreiches Jahr 2012!

Friedhelm Rieke, Geschäftsführer

## Ideen mit Zukunft: Stadtwerke beim OWL-Innovationspreis

Die Gewinner des OWL-Innovationspreises MARKTVISIONEN 2011 stehen fest. Als einer der Hauptsponsoren waren auch die Stadtwerke Bielefeld an der Beurteilung der über 100 Bewerbungen beteiligt.

Der Hauptgewinn geht an den Automobilzulieferer Paragon. Mitarbeiter des Delbrücker Unternehmens haben ein hochmodernes Mikrofon entwickelt, das direkt ins Gurtgewebe integriert ist. Das Urteil der Jury: »Die Verbindung traditioneller Webtechnik mit modernster Elektronik macht das Produkt einzigartig und zu einem überaus hilfreichen Produkt für den Alltag.«

Der Start-up-Preis für die beste Gründeridee geht an das Bielefelder Recyclingunternehmen Saperatec. In jahrelanger Arbeit entwickelten die Mitarbeiter ein Verfahren zur Verwertung ausrangierter Photovoltaikanlagen. Das System stellt sicher, dass wertvolle Rohstoffe ordnungs-

gemäß recycelt werden. »Eine Geschäftsidee mit hohem Zukunftspotenzial«, stellt Christian Kracht, Jury-Mitglied und Marketingleiter der Stadtwerke Bielefeld, heraus. Die Auszeichnung ist verbunden mit einem Preisgeld von 5.000 Euro, das von den Stadtwerken und EON Westfalen Weser zur Verfügung gestellt wird.

Offiziell verliehen wurde der OWL-Innovationspreis MARKTVISIONEN am 8. Dezember im MARTa Herford.



### Ihr Kontakt

**Frank Christian**  
Vertrieb Geschäftskunden  
Tel. (05 21) 51-78 82  
frank.christian@stadtwerke-bielefeld.de

**Thomas Monkenbusch**  
Key-Account-Management  
Tel. (05 21) 51-43 99  
thomas.monkenbusch@stadtwerke-bielefeld.de

**Olaf Strothmann**  
Geschäftskunden-Management  
Tel. (05 21) 51-44 30  
olaf.strothmann@stadtwerke-bielefeld.de

**Joachim Krause**  
Gewerbekunden-Vertrieb  
Tel. (05 21) 51-44 01  
joachim.krause@stadtwerke-bielefeld.de

**Christian Kracht**  
Marketing und Energiedienstleistungen  
Tel. (05 21) 51-78 83  
christian.kracht@stadtwerke-bielefeld.de

### Impressum

**Herausgeber** Stadtwerke Bielefeld GmbH

**Verantwortlich** Volker Gervers

**Realisation** medienfabrik Gütersloh GmbH, Gütersloh

**Redaktion** Heiner Wichelmann (Ltg.), Jana Brüggemann-Schmidt

**Layout** Frank Wellenbrink

**Fotos** Jessica Bochinski (Titel, S. 6–7), OWL Marketing (S. 2), Stadtwerke Bielefeld (S. 2, 6–7, 8), von Wrede (S. 7), Energie Impuls OWL (S. 8)

# Die Energiewende hat ihren Preis

Der zunehmende Anteil erneuerbarer Energien an der deutschen Stromversorgung spiegelt sich nicht nur in der jährlich steigenden EEG-Umlage wider. Der »Energiewende« genannte grundlegende Umbau des Energiesystems erfordert neue Netze und Speicher für die Integration des Stroms aus erneuerbaren Energien.

## EEG-Umlage steigt erneut

Stromverbraucher zahlen auch 2012 einen höheren Beitrag für den Ausbau der erneuerbaren Energien. 3,592 Cent/kWh haben die vier deutschen Übertragungsnetzbetreiber (ÜNB) 50Hertz, Amprion, EnBW Transportnetze und Tennet als neue EEG-Umlage berechnet. Gegenüber der Umlage 2011 ist dies ein Anstieg um 0,062 Cent.

## Steigende Strompreise und geringeres Photovoltaikwachstum

Der Berechnung liegen zwei Erwartungen zugrunde: Zum einen erwarten die Übertragungsnetzbetreiber wieder höhere Spotmarktpreise an der Strombörse und somit steigende Vermarktungserlöse. Zum anderen gehen sie davon aus, dass der Zubau an Photovoltaikanlagen sinkt. Für 2012 prognostizieren die Übertragungsnetzbetreiber eine Leistung von 4.500 MW aus neuen Photovoltaikanlagen – 2010 betrug der Zubau noch 7.000 MW.

## Erneuerbare Energien besser integrieren

Die Bundesregierung bleibt ihrem Ziel treu, bis zum Jahr 2020 mindestens 30 Prozent der Stromversorgung mit erneuerbaren Energieträgern zu erreichen. Damit sollen sie den Löwenanteil der durch die Energiewende wegfallenden Kernkraftwerkskapazitäten übernehmen. Dieser Umbau des Energiesystems erfordert allerdings eine weitaus bessere wirtschaftliche und technische Integration der regenerativen Energien. Wirtschaftlich will sie die Bundesregierung mit der Novelle des Erneuerbare-Energien-Gesetzes näher an

den Markt heranführen. Dafür sieht das Gesetz eine Marktprämie als Alternative zum reinen Vergütungssystem vor.

## Aus- und Umbau der Netze

Bei der Integration regenerativ erzeugten Stroms in die Netze stehen zwei große Problemfelder im Fokus. So besteht künftig mit dem Kernenergieausstieg ein Erzeugungsgefälle zwischen Nord- und Süddeutschland. In Küstennähe produzieren Windkraftanlagen große Mengen Strom, die in den Süden transportiert werden müssen. Denn dort liegen die großen Verbrauchszentren. Dieser Transport erfordert neue Höchstspannungsleitungen. Selbst bei größerer dezentraler Stromerzeugung in Süddeutschland hält die Deutsche Energieagentur (dena) den Ausbau der Übertragungsnetze um bis zu 4.500 Kilometer für notwendig.

Ein weiteres Problemfeld stellt die wetterbedingt schwankende Einspeisung

aus erneuerbaren Energien dar. Sie erschwert insbesondere die Integration von Windkraft- und Photovoltaikanlagen und erfordert den Bau und die Erforschung neuer Speichermöglichkeiten. Es gilt zudem, die Verteilnetze drastisch zu erweitern und technisch zu optimieren. Künftig müssen intelligente Netze Verbrauch, Erzeugung und Speicher verknüpfen. Nur das ermöglicht es, Strom dann zu verbrauchen oder zu speichern, wenn er kostengünstig zur Verfügung steht. Laut Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft besteht im Verteilnetz bis 2020 ein Ausbaubedarf von bis zu 380.000 Kilometern.

Die dena hat errechnet, dass bis 2020 Zusatzkosten in Höhe fünf Cent/kWh auf die Stromverbraucher zukommen. Der Netzausbau schlägt dabei mit einem Cent/kWh zu Buche, die Förderung der erneuerbaren Energien mit 2,5 Cent und der Aufbau konventioneller Reserve-Kraftwerkskapazitäten mit 1,5 Cent.



100 Jahre Union Knopf: Von Berlin über Sennestadt zum weltweiten Marktführer

# Knopf für Knopf – milliardenfach

**Ein Unternehmen, das neben anderen Produkten weltweit jährlich über eine Milliarde Knöpfe in 10.000-facher Varianz verkauft, bewältigt Tag für Tag eine logistische Spitzenleistung: Jeder kleinste Auftrag muss die komplette Wertschöpfungskette durchlaufen, jeder Design- und Materialtrend, weltweit aufgespürt, muss sich im Portfolio wiederfinden. Die Union Knopf GmbH in Sennestadt, seit über 50 Jahren Kunde der Stadtwerke Bielefeld, hat es zum Weltmarktführer geschafft. Sie ist auch in ökologischer Hinsicht vorne.**

Es gibt Produkte, deren Selbstverständlichkeit den Blick auf das Besondere trübt. Der Knopf gehört dazu. Er ist banal in seiner Funktion und hält doch erst alles zusammen. Im Bewusstsein ist er manchmal unsichtbar, aber in Wahrheit ist er das große Finale eines Kleidungsstücks.

Der Knopf ist das zentrale Produkt der Union Knopf GmbH in Sennestadt, die »das Öffnende und Schließende«, aber auch für andere Branchen fertigt: So produziert das Unternehmen ebenfalls Schließen und seit 1978 auch Möbelzierbeschläge für Küche, Bad, Wohnraum und Büro. Allen Produkten ist gemeinsam, dass sie schadstofffrei sind. Geschäftsführer Martin Dolleschel: »Wir achten immer auf gesunde, das heißt nicht schadstoffbelastete Materialien. Das entspricht nicht nur den Anforderungen des Marktes bei uns in Deutschland und international, sondern

auch unserer eigenen Überzeugung. Gerade als Eigentümerfamilie sehen wir uns in der Verantwortung für die Produktion.«

## Bekenntnis zur sauberen Energie

Dolleschel spannt hier den Bogen auch in Richtung saubere Energie: »Für mich ist seit Fukushima endgültig die Frage entscheidend, wie sich mein Versorger mit der Kernkraftfrage auseinandersetzt. Die Stadtwerke Bielefeld haben ja schon vor Fukushima die Weichen umgestellt und bereiten sich auf die Zeit nach Grohnde vor. Das Wärme- und das Klimakonzept der Stadtwerke gehen in die richtige Richtung. Das sind neben dem fairen Preis gute Gründe, um bei unserem lokalen Versorger für Strom, Gas und Wasser zu bleiben.«

Wer glaubt, Knopf-Produktion sei tendenziell ein einfaches Geschäft, der hat

sich noch nicht bei Union Knopf umgesehen: Endlos erscheint die Produktbandbreite der Knöpfe aus Naturmaterialien und Kunststoffverbindungen, der Druckknöpfe, Nieten, Jeans-Patentknöpfe und -ösen. Hinzu kommen Schließen, Kordelenden und -stopper, Reißverschlussanhänger sowie eine Vielzahl modischer Zierteile, die in ständig neuen Kollektionen auf den Markt gebracht werden – vielfach sind es Aufträge mit Unikatcharakter für den Einzelhandel. Jede Kollektion umfasst durchschnittlich 300–500 neue Artikel, jeweils in verschiedenen Farben und Größen.

Design werden sie von derzeit acht hauseigenen Designern, die als Trendscouts in den Modemetropolen der Welt unterwegs sind. Und was ist das gängigste Knopf-Produkt? »Ab dem englischen Knopfmaß 24 – ca. 14 mm im Durchmesser – wird es von der Größe her interessant«, so





Dolleschel. Besonders stolz ist das Unternehmen auf die Eigenkreation PSW Horn bzw. Durohorn. Durohorn wird in der Union-Knopf-Niederlassung in Wuppertal produziert und ist eine Kunststoffverbindung, die es erlaubt, Materialien aller Art perfekt nachzustellen – insbesondere auch Naturmaterialien. In jeder Saison werden neue Materialkomponenten entwickelt, die sich dem jeweiligen modischen Trend anpassen. Das weltweit stark nachgefragte PSW Horn (PSW steht für das Wuppertaler Vorgängerunternehmen Pfennig-Schumacher-Werke) ist in seiner Perfektion von Echthorn praktisch nicht zu unterscheiden und findet daher Eingang in hochwertige, internationale Kollektionen.

### Graveure, Goldschmiede, Drechsler

Ob Perlmutter oder Horn, Leder oder Messing, Gips, Kunststoff, Steinnuss oder sogar Knetmasse: Es gibt schier keine Grenzen für die Sennestädter, was Material, Verarbeitungsweise, Farbe, Größe, Ornamentik,

Design und letztlich auch Preis betrifft. Alles ist machbar. Im Atelier werden die Skizzen von Graveuren, Goldschmieden und Drechslern mit großer Fertigkeit in erste Prototypen umgesetzt. Hier wird graviert, gerättert, geprägt, gefräst und auch gelasert.

Die Produktion ist dabei stets umweltfreundlich, besonders in der Färberei, wo in dampfenden Bädern die gemischte Farbnuance für den jeweiligen Auftrag nach Augenmaß entwickelt wird. Nur das Echthorn behält seine natürliche Farbe.

Die Zukunft sieht Martin Dolleschel positiv: »Wir stehen vor einer spannenden Marktentwicklung, in Deutschland und vor allem international. Wir sind mit unseren weltweit über 750 Mitarbeitern und dem Vertriebsnetz in 47 Ländern gut aufgestellt und beobachten sehr aufmerksam die jeweilige lokale Situation in Sachen Mode, Preise und Wettbewerb. Zum Beispiel in der Türkei, wo wir 2010 die Union Knopf Turkey Limited gegründet haben.«

Die Entwicklung von Knöpfen und ihre Produktion erfordert aufwendige Arbeitsschritte, bevor es in die industrielle Massenfertigung geht. Es gibt allerdings auch manuell erstellte Produkte in Kleinstauflagen.

Linke Seite unten: Herr der Knöpfe: Union-Knopf-Geschäftsführer Martin Dolleschel.

Unten: Knöpfe aus dem geschützten Eigenmaterial Durohorn sind weltweit stark nachgefragt.

Titel: Martin Dolleschel (r.) mit Peter Scherf, Key-Account-Management der Stadtwerke Bielefeld.

## Union Knopf GmbH, Sennestadt, Lilienstraße

Die Union Knopf Gruppe ist der führende Hersteller Europas für Knöpfe und modische Verschlussobjekte. Mit einer jährlichen Produktion von mehr als einer Milliarde Knöpfe zählt sie zu den größten Herstellern weltweit. In diesem Jahr feiert das Bielefelder Unternehmen mit Hauptsitz in Sennestadt (Foto oben links) sein 100-jähriges Bestehen. Gegründet wurde Union Knopf (damals noch Union Knopf Ehrich & Co.) in Berlin, nach Bielefeld wechselte man (damals schon als Union Knopf GmbH) Anfang der 60er-Jahre, um hier der blühenden Textilindustrie näher zu sein. Union Knopf ist ein Familienunternehmen; in dritter Generation wird es von Geschäftsführer Martin Dolleschel geführt, der es zu einem global agierenden Unternehmen mit breitem Portfolio für die Mode- und die Möbelbranche weiterentwickelte: Im Lager sind ständig über 10.000 Artikel vorrätig; in Polen, Hongkong, Schanghai und der Türkei ist Union Knopf mit eigenen Produktionsstätten vertreten.





Interview mit Thomas Monkenbusch, Leiter Key-Account-Management

## »Wir senken das Preisrisiko beim Energieeinkauf«

Wer die richtige Strategie für den Energieeinkauf hat, kann beim Preis und damit bei seiner eigenen Kalkulation punkten. Die Stadtwerke Bielefeld haben Beschaffungsmodelle entwickelt, die das Einkaufsrisiko reduzieren können, erklärt Key-Account-Manager Thomas Monkenbusch im Interview.



**?** Herr Monkenbusch, Ihre Kunden kaufen heute Strom und Gas über Terminkontrakte, also zu einem heute festgelegten Preis für eine Lieferung in der Zukunft. Angesichts der Nervosität auf den Märkten – Stichworte Fukushima, Moratorium, auch der Euro-Turbulenzen – kann man sich seiner Entscheidung über den richtigen Einkaufszeitpunkt nicht immer sicher sein, oder?

**Monkenbusch:** Stimmt. Sinkt der Preis, weil die Konjunktur vielleicht runtergeht? Oder steigt er, weil immer mehr Kernkraftwerke abgeschaltet werden? Gerade Großunternehmen, die ja große Kontingente kaufen, möchten ihr Einkaufsrisiko verständlicherweise gerne minimieren. Dafür haben wir Modelle entwickelt.

**?** Wie soll das gehen, Sie wissen doch auch nicht, welchen Einkaufspreis für Strom oder Gas Sie zum Beispiel im September 2015 zu bezahlen haben?

**Monkenbusch:** Stimmt, aber wir können das Risiko unserer Kunden dadurch senken, indem wir die Einkäufe streuen. Das Prinzip ist: nicht alles auf einmal ordern, sondern innerhalb eines Zeitraums von einem halben Jahr zu unterschiedlichen Zeitpunkten.

**?** Bei steigenden Preisen wäre das ein schlechtes Geschäft.

**Monkenbusch:** Aber das weiß man so genau nicht! Im Gegenteil: Wenn die Preis-



entwicklungen unsicher sind, sollte der Kunde unser Tranchenmodell nutzen: Sie stückeln dann den Gesamtbedarf auf unterschiedliche Zeitpunkte. Damit haben Sie die Sicherheit, dass Sie auf keinen Fall die gesamte Menge zum schlechtestmöglichen Zeitpunkt gekauft haben.

**? Sind die Zeitpunkte dann festgelegt?**

**Monkenbusch:** Nein, der Kunde entscheidet immer selbst. Er schickt uns ein Order-Fax über die Tranche und wir sichern ihm so den Preis.

**? Beraten Sie ihn dabei?**

**Monkenbusch:** Wir liefern gerne Informationen über die Marktpreisentwicklung. Die Kaufentscheidung liegt beim Kunden.

**? Strom kann man heute schon für 2014 kaufen. Ist das Preisniveau für solch ferne Lieferjahre höher als beispielsweise für das Jahr 2012?**

**Monkenbusch:** Normalerweise ja, da entsprechende Risikoprämien in den weiter hinten liegenden Lieferjahren eingepreist sind. Im Augenblick können Sie aber ein interessantes Phänomen beobachten: Aufgrund der unsicheren Wirtschaftslage wird Strom 2014 günstiger als beispielsweise 2012 oder 2013 gehandelt. Händler sprechen hier von »backwardation«.

**? Welche Modelle haben Sie neben dem Tranchenmodell noch entwickelt?**

**Monkenbusch:** Im Wesentlichen drei: »Strom&move«, »Strom&float« und »Strom&spot«. Mit allen können Sie angesichts der schwer zu prognostizierenden Preisentwicklungen das Einkaufsrisiko begrenzen. Beispiel »Strom&move«: Hierbei kaufen wir an jedem Montag ein kleines Paket über einen Sechs-Monats-Zeitraum ein – also 26 Einkäufe. Die Idee dabei ist: Wenn der Marktpreis gerade fällt, warten wir mit dem Kauf so lange, bis er wieder steigt. Vorteil hierbei: Wir erzielen bei diesem Modell in der Regel einen besseren Preis als den durchschnittlichen. Beim Modell »Strom&float« bestimmt der Kunde den Initialzeitpunkt selbst, kauft dann 60–80 Prozent ein und den Rest über eine Durchschnittsbeschaffung. Und schließlich »Strom&spot«: Da kauft der Kunde heute 80 Prozent der Gesamtmenge ein und den Rest zum Lieferzeitpunkt über den Spotmarkt. Spotpreise sind nah am Markt und tendenziell günstiger als die Terminmarktpreise. Das Besondere: Auch kleinere Kunden erhalten so Zugang zum Kurzfristmarkt.

**? Dafür verzichte ich aber auf langfristige Planungs- und Kalkulationssicherheit.**

**Monkenbusch:** Stimmt. Aber was nützt Ihnen Kalkulationssicherheit, wenn Sie teuer eingekauft haben? Unsere Modelle bieten daher eines: ein Stück weit Kalkulationssicherheit in Verbindung mit reduziertem Preisrisiko bei der Beschaffung. Wir beraten deshalb unsere Kunden individu-

ell, um ihnen eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Einkaufslösung zu bieten.

**? Gibt es solche Modelle auch für den Gaseinkauf?**

**Monkenbusch:** Natürlich gibt es im Gasbereich ähnliche Modelle mit der Idee: runter mit dem Preisrisiko bei der Beschaffung.

**? Sie kennen Ihre Kunden sehr gut. Was ist für die Unternehmen beim Energieeinkauf besonders wichtig?**

**Monkenbusch:** Ganz banal: Neben der absoluten Höhe des Preises ist das relative Niveau wichtig. Jedes Unternehmen möchte günstiger als der Durchschnitt einkaufen, um hier einen Wettbewerbsvorteil zu haben. Genau da setzen wir ja mit unseren Beschaffungsmodellen an. Ein zweiter wichtiger Punkt ist die Nachhaltigkeit: Immer mehr Kunden interessieren sich für grünen Strom. Hierfür haben wir unser Produkt »Business Blue« entwickelt.

**? Was ist denn das Besondere an »Business Blue«?**

**Monkenbusch:** Dass er grün ist! Er wird zu 100 Prozent aus regenerativen Energien erzeugt und ist mit dem OK-Power-Label zertifiziert. Dieses Label verlangt, dass ein Drittel der Kraftwerksanlagen nicht älter als sechs Jahre und ein Drittel nicht älter als zwölf Jahre ist. Das heißt: Sie sorgen mit dafür, dass der Anteil erneuerbarer Energien stetig ausgebaut wird.



Beim Firmenlauf mit 1.600 Teilnehmern zählte allein der Spaß

## Stadtwerke run & roll day

Beim BITel Team-Running im Rahmen des Stadtwerke run & roll day 2011 auf dem Ostwestfalendamm ging es am 11. September wieder einmal spektakulär zu. Am Spaßlauf – gewertet werden dabei die kreativsten und ausgefallensten Team-Präsentationen – nahmen Mitarbeiter

bzw. Mitglieder von 71 Unternehmen, Behörden, Institutionen, Vereinen etc. mit 1.600 Läufern teil. Das entspricht einer durchschnittlichen Teilnehmerzahl von 22,5 Läuferinnen und Läufern pro Unternehmen! Auf Platz 1 der originellsten Outfits und Kostümierungen setzten die Juro-

ren von BITel das Team Oetker, das sich über einen 400-Euro-Scheck freuen durfte. Auf dem zweiten Platz landete das Team Gieselmann, das unter der Losung »Wir drucken schneller, als wir laufen« angetreten war. Der dritte Preis schließlich ging an das Team Fachhochschule des Mittelstandes. Wolfgang Brinkmann, Geschäftsführer der Stadtwerke Bielefeld, sprach dem Firmenlauf »Kultcharakter« zu. Tatsächlich geht es hierbei den meisten allein darum, gemeinsam Spaß zu haben und zusammen ins Ziel zu kommen. Es gibt auch keine Zeitnahme.

Die Überschüsse aus dem Startgeld von 8 Euro pro Teilnehmer gehen wieder einer örtlichen karitativen Einrichtung zu. Im vergangenen Jahr konnte der Veranstalter Bielefeld Marketing GmbH eine Spende von 3.000 Euro an die Bielefelder Bürgerstiftung für das Förderprojekt »Surfen mit Sinn – Sicherheit im Internet« überreichen.

Stadtwerke Bielefeld auf der Maschinenbaumesse in Bad Salzuflen

## Alles über Energieeffizienz

Es gehört schon zur Tradition, dass die Messe Forum Maschinenbau Bad Salzuflen, die in diesem Jahr vom 9.–11. November im Messezentrum stattfand, auch eine EnergieArena anbietet. Hier konnten sich Entscheider und Einkäufer regionaler Unternehmen wieder über die neuesten Technologien für einen möglichst effizienten Einsatz von Energie informieren. Auf dem Stand der Stadtwerke Bielefeld standen Experten für alle Fragen zu Contractingmodellen oder Energiedaten-Managementsystemen zur Verfügung. Thomas Monkenbusch, Leiter Key-Account-Management der Stadtwerke Bielefeld, äußert

sich zufrieden über die Messetage: »Unser Angebot zur nachhaltigen Senkung der Energiekosten wurde von den Unternehmen der Maschinenbaubranche stark nachgefragt. Auch unsere begleitenden Fachvorträge stießen bei den Gästen auf großes Interesse.«

### Contractingmodelle im Mittelpunkt

Im Mittelpunkt der Präsentationen der Stadtwerke Bielefeld standen dieses Mal das Kälte-Contracting inklusive Planung, Finanzierung, Errichtung, Betrieb und Instandhaltung von Kälteenergieanlagen;



Das passende Angebot: Die Stadtwerke Bielefeld auf dem Forum Maschinenbau 2011.

das Wärme-Contracting mit dem »Alles-aus-einer-Hand-Service« sowie das Druckluft-Contracting inklusive Planung, Errichtung, Finanzierung, Wartung und Instandhaltung von Druckluftanlagen.

In diesem Jahr präsentierten annähernd 450 Aussteller auf 13.000 m<sup>2</sup> Messefläche ihre Leistungen und Produkte.