

blickpunkt business

Geschäftskunden-Information der AVU 4|2020

VIK-Index

Strompreise nur leicht gefallen

Klimaschutz

Den besten Weg finden

Porträt ABUS KG

Wie groß ist mein CO₂-Fußabdruck?



Standpunkt

Alles vorhanden

Circa 170 Hidden Champions gibt es im Gebiet der südwestfälischen IHK. Das sind Weltmarktführer, die aber weniger bekannt sind - auch vielen jungen Ausbildungssuchenden nicht. Denn die Namen dieser Unternehmen begegnen ihnen auf den ersten Blick nicht im Alltag. Ihre Leistungen stecken irgendwo in einem Endprodukt - in Autos, Computern oder Gebäuden. Doch nicht nur diese Betriebe, viele Tausend Unternehmen unserer Region sind unverzichtbar, hochinnovativ und dynamisch.

Große Trends, die besonders junge Leute interessieren, heißen Digitalisierung, Klimaschutz, Globalisierung. Genau auf diesen Gebieten sind die Unternehmen aktiv. Auch die AVU geht diesen Weg. Die Trends haben Eingang gefunden in Unternehmensstrategie und Arbeitskultur. Daher sind die Ausbildungsberufe in diesen Betrieben spannend und von großer Bedeutung - weit über die wirtschaftlichen Aspekte hinaus. Die AVU beobachtet seit langem intensiv den Ausbildungsmarkt. Sie entwickelt deshalb spezifische Angebote. Eines davon ist eine mindestens einjährige Weiterbeschäftigung für erfolgreiche Azubis. Wir freuen uns über den Austausch mit anderen Ausbildungsunternehmen. Sprechen Sie uns an!



Benjamin Kreikebaum
Prokurist und Leiter
Privat- und Geschäftskunden



Kommt zu uns!

Früher war alles besser? Die Erinnerung trägt oft. Aber für das Thema Ausbildung stimmt es: Die Auswahl unter vielen Bewerbern ist für die Unternehmen vorbei. Heute läuft es andersherum - die jungen Menschen können sich die Ausbildungsstellen aussuchen. Die Betriebe müssen deshalb stärker um sie werben.

Peter Frese leitet bei der Südwestfälischen Industrie- und Handelskammer (SIHK) den Fachbereich Ausbildung und Prüfungen. Er kennt sich daher bestens aus mit der Entwicklung auf dem Ausbildungsmarkt. Drei Phänomene sind es nach seiner Ansicht, die die Suche nach geeigneten jungen Leuten für die Lehre in Betrieben der Industrie und des Handels erschweren: „Erstens haben wir seit längerer Zeit weniger Schulabgänger. Die Zahl der potenziellen Auszubildenden verringert sich damit. Zweitens gibt es den Trend zu höheren Schulabschlüssen mit anschließendem Studium. Und drittens arbeiten zwar im Ennepe-Ruhr-Kreis zahlreiche Weltmarktführer. Aber sie liefern anderen Herstellern meist nur zu, sie haben keine den Jugendlichen bekannten Endprodukte. Als interessante Ausbildungsunternehmen werden sie aus diesem Grund kaum wahrgenommen.“

Zielgenau informieren

Was ist also zu tun? Gegen die ersten beiden von Frese beschriebenen Entwicklungen lässt sich wenig ausrichten. Doch der dritte Punkt muss nicht so bleiben. „Wer von den baldigen Schulabgängern weiß schon, dass in



AVU...



Peter Frese, SIHK: „Dir Firmen müssen die jungen Leute begeistern. Dann kommen sie auch.“

fast allen Backöfen dieser Welt eine Dichtung von BIW Isolierstoffe aus Ennepetal steckt? Und wie spannend und anspruchsvoll es ist, so etwas herzustellen“, sagt der SIHK-Experte. „Oder was eine Fachkraft für Systemgastronomie können und dann täglich beherrschen muss? Dahinter verbirgt sich nämlich nicht nur Verkauf. Sondern hier geht es um die Steuerung des Betriebs, von der Warenbestellung über die Einteilung der Schichten bis hin zum Marketing. Das ist

eine echte Führungsaufgabe mit Karrierechancen.“ Oder der „Verfahrenstechniker für Kunststoff- und Kautschuktechnik“, der ohne fundiertes Wissen aus Chemie und Physik nicht auskommt.

Authentisch sein

Peter Freses Liste der ver- oder unbekannteren Ausbildungsgänge endet hier noch lange nicht. Gemeinsam ist allen: Kaum jemand der vor dem Schulabschluss stehenden jungen Frauen und Männer hat von ihnen auch nur eine Vorstellung. „Information“ lautet daher das Stichwort, um dieses Defizit zu beheben. Unternehmen müssen sich viel mehr als bisher darstellen, die Vorzüge ihrer Ausbildungsangebote aufzeigen - und dies möglichst dort, wo die Zielgruppe „junger Mensch“ unterwegs ist. Also beispielsweise in sozialen Medien wie Instagram, auf Plattformen wie YouTube und mit einer attraktiven und glaubwürdigen Präsentation zum Thema auf der eigenen Website.

Astrid Wollbaum und Markus Schwandt können das nur empfehlen. Die beiden Ausbildungsexperten der AVU bemerken seit Jahren, dass gerade ein authentisches Bild hilft: „Deshalb lassen wir unsere Auszubildenden sprechen. Sie wissen, was wichtig ist und mögliche Bewerber interessiert. Auch geben wir umfassende Auskünfte zu Verdienst- und Karrierechancen, zur Unternehmenskultur und zu den Vorteilen der Ausbildung bei uns.“ Dazu gehört natürlich auch die Übernahme in ein Beschäftigungsverhältnis nach Ende der Lehre. Wollbaum und Schwandt ist aber bewusst, dass eine solche Zusage vielen Firmen in dieser kritischen Zeit schwerer fällt. Auf jeden Fall sollte dazu aber eine klare Aussage getroffen werden, wie ebenfalls zu den Herausforderungen: „Schichtarbeit, körperliche Anstrengung, dass man auch mal im Dreck steht oder ähnliche nicht ganz so angenehme Dinge sollten offen angesprochen werden“, empfehlen die AVU-Experten.

Gerade dies können Auszubildende am besten vermitteln, zum Beispiel auf Ausbildungsmessen oder bei Besuchen von Firmen in Schulen, um den künftigen Absolventen die jeweiligen Lehrstellen zu erläutern und Fragen zu beantworten. Hinzu kommen die „Bildungslotsen“ und „Ausbildungsbotschafter“ der SIHK: Erstere gehen in die Schulen und bieten individuelle Beratung an, Letztere gehen in die Betriebe und nehmen Auszubildende mit in die Klassen, damit sie ungeschminkt über ihren baldigen Beruf berichten.

Für Berufe begeistern

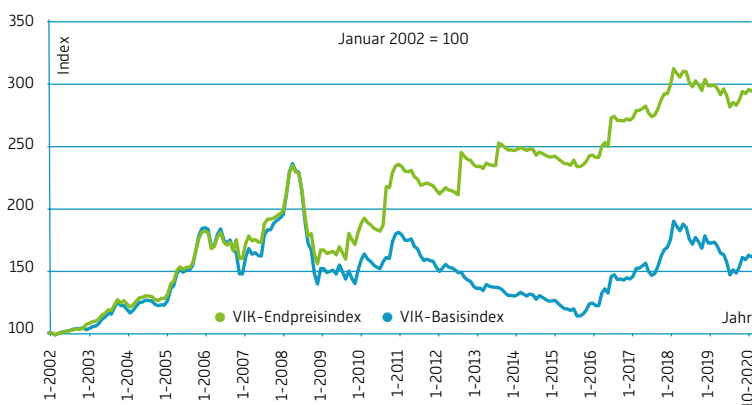
In Zeiten von Corona kann dies allerdings vornehmlich nur online stattfinden. Die alljährliche Ausbildungsmesse im Ennepe-Ruhr-Kreis lief daher Mitte November ausschließlich digital ab. Und im „Azubi-Speed-Dating-Online“ der SIHK konnten bis Anfang Oktober noch Kurztentschlossene unter rund 100 sich präsentierenden Unternehmen wählen. Bei allen Schwierigkeiten ist sich Peter Frese sicher: „Es gibt sie, die guten jungen Leute. Aber die Firmen müssen sie begeistern, um auf sich aufmerksam zu machen. Dann kommen sie auch.“

Beide VIK-Indizes im November nur leicht gefallen

Im November sind die beiden VIK-Indizes nur leicht gegenüber dem Vormonat gefallen. Wie in den Monaten zuvor zeigten auch aktuell die Entwicklungen der Commoditypreise wieder ihren Einfluss auf die für die VIK-Indizes maßgeblichen Stromgroßhandelsprodukte (Q1 21 bis Q4 21) an der Strombörse EEX. Zwar konnten die Gas- und Kohlepreise zu Monatsbeginn die Strompreise noch stützen; mit Bekanntwerden eines zweiten Lockdowns gegen Monatsende büßten sie jedoch an Wert ein. Die EUAs zeigten im Monatsverlauf eher einen bearishen Trend. Der Kontrakt lag gegen Monatsende mit 23,03 Euro/t CO₂ deutlich niedriger als noch im September 2020 (30,47 Euro/t CO₂).

Aktuell ist der VIK-Basisindex um 1,44 Punkte (- 0,88%) auf aktuell 161,24 Punkte und der VIK-Endpreisindex um 1,27 Punkte (- 0,43%) auf 294,94 Punkte gefallen. Im Handelsmonat Oktober 2020 sind die für die VIK-Indizes maßgeblichen Stromgroßhandelspreise an der EEX (s. o.) gegenüber dem Vormonat durchschnittlich um 0,67 €/MWh gesunken (Monatsmittel 41,87 €/MWh; - 1,57%).

Der gleitende Jahresdurchschnitt liegt aktuell bei 158,09 für den VIK-Basisindex und 291,20 Punkten für den VIK-Endpreisindex.



Mittelwert bei 3.000, 4.000, 5.000 und 6.000 Jahresbenutzungsstunden

Quelle: VIK – Carsten van Plüer 2020

Den besten Weg finden

Klimaschutz wird für die Geschäftsbeziehungen immer wichtiger: Wie können schädliche Emissionen reduziert werden? Die AVU berät zu den zahlreichen Möglichkeiten – und agiert selbst umweltbewusst.



„Inzwischen ist es fast schon die Qual der Wahl“, sagt Dirk Locatelli, Leiter Vertrieb Geschäftskunden der AVU. „Die Stell-schrauben für Unternehmen in puncto Klimaschutz sind enorm vielfältig geworden. Umso wichtiger ist es, genau zu schauen, was für die jeweilige Firma individuell der beste Weg ist.“ Zum Beispiel beim Energiebezug: Wie viel Strom und Wärme verbraucht die Produktion, wie viel Kraftstoff der Transport? Wie genau sieht mein „CO₂-Fußabdruck“ aus? (siehe dazu auch Seite 4) Wo liegen die Effizienz-Potenziale, welche Investitionen rechnen sich? „Wir beraten zur gesamten Wertschöpfungskette und entwickeln gemeinsam mit den Betrieben pragmatische Vorschläge“, sagt der Vertriebsleiter.

Dabei können viele verschiedene Maßnahmen herauskommen, wie die Umstellung des Strombezugs von konventionellen auf erneuerbare Energien. Die AVU

bietet dafür eine Reihe von Ökostrom-Produkten an. Das beginnt bei relativ günstiger Wasserkraft aus Skandinavien. Am anderen Ende steht ein höherwertiges Angebot, das eine bestimmte Anzahl von neuen Erzeugungsanlagen umfasst, die vom Aufpreis für den Ökostrom finanziert werden. Der neue Strombezug muss zur individuellen Situation des Unternehmens passen, und natürlich auch zum Budget. „Eine genaue Betrachtung ist daher sehr wichtig“, betont Dirk Locatelli. Auch wenn es darum geht, unvermeidbaren Ausstoß von Treibhausgasen zu kompensieren. „Hier bieten wir international zertifizierte Instrumente an.“

Klimaneutral bis 2030

Weitere Möglichkeiten für Klimaschutz: Eine Photovoltaik-Anlage auf dem Dach der Produktionshalle sieht nicht nur modern aus und hebt das Image. Sie rechnet

sich auch, speist klimaschonend erzeugten Strom ins Firmennetz und ins öffentliche Netz ein. Der Austausch von Benzin- und Dieselfahrzeugen gegen Elektroautos verbessert die Klimabilanz des Fuhrparks. Zur nötigen Ladeinfrastruktur im Unternehmen berät und hilft die AVU. Die Zahl der öffentlichen Ladepunkte im Ennepe-Ruhr-Kreis wächst kontinuierlich, ebenfalls die der Gewerbeautos mit Elektroantrieb.

Und wie hält es der Energieversorger mit dem Klimaschutz? Die AVU investiert bundesweit in Photovoltaik-Anlagen sowie Windparks zu Lande und zu Wasser. Auch im Netzgebiet treibt sie die Energiewende voran. Mittlerweile erzeugen erneuerbare Energien im Kreis rund 36,7 Millionen Kilowattstunden jährlich, Strom für umgerechnet 10.500 Haushalte. „Wir unterstützen intensiv das Ziel des Ennepe-Ruhr-Kreises, bis 2030 klimaneutral zu sein,“ sagt Dirk Locatelli.

? Gute Frage

Wie funktioniert die CO₂-Bepreisung?

Das Brennstoffemissionshandelsgesetz erhebt vom 1. Januar 2021 an einen Preis auf den Ausstoß von Treibhausgasen bei Gebäudewärme und Verkehr. Wer Heizöl, Erdgas, Benzin oder Diesel in Verkehr bringt, bezahlt dann je Tonne Kohlendioxid 25 Euro. Bis 2025 erhöht sich der Kurs schrittweise auf 55 Euro. Zu diesen Preisen werden im neuen nationalen Emissionshandel die Emissionsrechte erworben. Nach 2025 müssen diese Rechte im Rahmen einer Auktion ersteigert werden, der Preis bildet sich dann auf Basis von Angebot und Nachfrage. Die Gesamtmenge der Emissionsrechte wird entsprechend den Klimaschutz-Zielen begrenzt. Damit schließt sich eine Lücke: Im bereits länger bestehenden europäischen Emissionshandel kommen die Sektoren Gebäudewärme und Verkehr nicht vor. Die Bundesregierung will mit der neuen Bepreisung den Verbrauch verteuern, um damit die Nutzung von klimaschonenden Technologien zu fördern sowie die Energieeffizienz zu verbessern. So rechnen Experten für 2021 zum Beispiel bei Erdgas mit einem Aufschlag von rund einem halben Cent pro Kilowattstunde. Die Einnahmen werden zur Senkung der EEG-Umlage, für eine Mobilitätsprämie und weitere Klimaschutzmaßnahmen verwendet.

Für Sie gelesen



Das Buch von Start-up-Gründer und Manager Michael Asshauer gibt eine Fülle von einfachen, praktischen und effektiven Tipps, um geeignete Mitarbeiter zu finden, sie optimal in den Betrieb einzuführen und langfristig zu binden. Checklisten und

Kurzaufgaben am Ende jedes Kapitels zielen auf sofortige Verbesserungen.

Michael Asshauer: **Der Mitarbeiter-Magnet. 302 Hacks für Recruiting, Employer Branding und Leadership.** Haufe Fachbuch 2020, 189 Seiten, 29,95 Euro

Wie groß ist mein Fußabdruck?

Was die August Bremicker Söhne KG, kurz ABUS, in puncto Nachhaltigkeit unternimmt, füllt eine umfangreiche Broschüre. Doch eines fehlte bisher: der CO₂-Fußabdruck. Das hat man nun nachgeholt, mit Hilfe der AVU.



Kennen nun den CO₂-Fußabdruck von ABUS: Lisa Behrens, Marketing, und Markus Röhder, Facility Management

„Nachdem wir schon mehrfach das Energieaudit nach DIN 16247-1 absolviert hatten, war die Ermittlung unseres CO₂-Fußabdrucks der naheliegende nächste Schritt“, sagt Markus Röhder, verantwortlich für das Facility Management. „Durch viele umgesetzte Energieeinsparmaßnahmen sparen wir automatisch auch CO₂ ein, jedoch ist es für uns interessant, einen klaren Wert ermitteln zu können.“ Lisa Behrens, Marketing-Managerin bei ABUS und Teil des Nachhaltigkeitsteams, ergänzt: „Wir haben unsere vielen und sehr unterschiedlichen Maßnahmen in einer Broschüre und auf unserer Website plakativ zusammengefasst.“

Dauerprogramm Nachhaltigkeit

Die Schwerpunkte des Umweltschutzes beim Unternehmen für Sicherheitstechnik liegen in der Abfallvermeidung, Elektromobilität und Energieeffizienz. Nicht mehr verwertbare Reste fallen in der Produktion so gut wie nicht an. Der Fuhrpark umfasst Pkws und Transporter mit Elektroantrieb, inklusive eigener Ladesäulen. Mit dem regelmäßigen Energieaudit ermittelt der Betrieb Effizienzpotenziale, um den Einsatz von Strom und Gas zu optimieren. Und rund 50 Prozent der genutzten Elektrizität werden bereits aus erneuerbaren Energien erzeugt.

Das ist aber noch nicht alles: Wildblumenwiese, Nistkästen oder eine Regenwasserzisterne zählen ebenfalls

dazu. Wer ABUS in Wetter besucht, wird durch viel Grün und Vogelgezwitscher erfreut. „Eine Wiese mit Wildblumen ist nicht nur schön anzusehen, sie ist auch ökologisch sinnvoll und spart Pflegeaufwand im Vergleich zu einem Rasen“, erklärt Markus Röhder. „Mit einer Zisterne fangen wir Regenwasser für die Bewässerung unserer Grünflächen auf dem Betriebsgelände in Volmarstein auf. Die Nistkästen haben wir aufgestellt, um die seit einiger Zeit sich stark verbreitenden, giftigen Eichenprozessionsspinner zu bekämpfen. Die Vögel kommen zahlreich, sie haben die Raupen zum Fressen gern.“

Zügige und erschwingliche Bilanz

Als der „CO₂-Fußabdruck“ Thema wurde, wandte sich ABUS an Thorsten Coß und sein Team von AVU Serviceplus. „Wir fühlten uns beim Energieaudit der AVU gut beraten, also haben wir uns auch hier Hilfe erhofft“, sagt Markus Röhder. „Durch das Audit lagen ja bereits eine Menge Daten zu den Energieverbräuchen vor“, erläutert Thorsten Coß von der AVU Serviceplus. „Wir haben das noch verfeinert und auf weitere Bereiche ausgedehnt, zum Beispiel die Logistik. Den sogenannten Corporate Carbon Footprint haben wir dann nach der Norm ISO 14064 ermittelt.“ Das lief recht zügig: Im Sommer dieses Jahres ging es los, Mitte Oktober lag der „Fußabdruck“ vor. Der Aufwand hielt sich auch finanziell in einem überschaubaren Rahmen.

Was sind die Konsequenzen? „Für die Beziehungen zu unseren Geschäftspartnern ist es auf jeden Fall hilfreich, dass wir nun

eine zertifizierte Bilanz zeigen können. Und sie spornt uns zu noch mehr Nachhaltigkeit an. Zum Beispiel denken wir an Photovoltaik-Anlagen auf unseren Gebäuden. Dazu sind wir auch bereits mit der AVU im Gespräch“, sagt Markus Röhder.

Haben auch Sie Interesse an einem „CO₂-Fußabdruck“ Ihres Unternehmens? Dann sprechen Sie einfach Ihren Kundenberater an. Er informiert Sie gern.

Weitere Informationen zur Nachhaltigkeit bei ABUS unter mobil.abus.com/ueber-ABUS/Nachhaltigkeit

Impressum

Herausgeber

AVU Aktiengesellschaft für Versorgungs-Unternehmen
An der Drehbank 18
58285 Gevelsberg
www.avu.de, Telefon 02332 73-321
blickpunktbusiness@avu.de

Gestaltung

Körner Magazinverlag GmbH
www.koernermagazin.de

Redaktion

Frank Rehn, Dirk Locatelli,
Dr. Jürgen Bermes

Druck

BluePrintAG

Verantwortlich

Benjamin Kreikebaum

Bilder

Seite 1: © studio henkel,
© Jeanette Dietl / stock.adobe.com
Seite 2: © SIHK
Seite 3: © Dmitry / stock.adobe.com, © Amazon
Seite 4: © ABUS

