



Energieabrechnungen

Intransparenz und Fehler

Je nachdem, wie hoch der Verbrauch von Strom, Erdgas oder Fernwärme in Unternehmen ist, treffen die Rechnungen für die Energieträger jährlich oder quartalsweise, meist aber monatlich ein. Jede Zahlungsaufforderung ist sorgfältig zu prüfen. Viele Inhaber kleiner und mittelständischer Unternehmen beklagen allerdings, dass sie und ihre Mitarbeiter nicht wirklich nachvollziehen, was da auf dem Papier steht, was bisweilen an der verwirrenden Optik der Schreiben, aber auch an ihrer inhaltlichen Intransparenz liegt.



Stefan Hartleff

Regelungen des Gesetzgebers ▶ Das Energiewirtschaftsgesetz legt fest, dass Rechnungen für Energielieferungen an Letztverbraucher einfach und verständlich sein müssen. Dabei erklären selbst Energielieferanten, die Vorgaben nicht erfüllen zu können. Ursachen sind die sich regelmäßig und auch unerwartet ändernden Rahmenbedingungen sowie die jährliche Neufestlegung der Netzentgelte und gesetzlicher Abgaben. Zudem stellt die Komplexität ihrer eigenen Lieferverträge die Anbieter vor Herausforderungen.

Viele Fehlerquellen ▶ In der Praxis kann fast jede Rechnungsposition im Energiebereich fehlerhaft sein. Neben falschen Vertragspreisen, vergessenen Rabatten und Boni können auch Netzentgelte falsch berechnet werden. Hier ist oft die Bestabrechnung für Kunden mit registrierender Leistungsmessung zu reklamieren oder die Spannungsebene (Mittelspannung statt Niederspannung) wird falsch angesetzt. Solche Nachlässigkeiten können bedeuten, dass Kunden mit einem Gesamtjahresverbrauch von 2 Mio. kWh, der sich auf mehrere Standorte verteilt, etwa 20.000 Euro zu viel oder zu wenig berechnet werden.

Verbräuche prüfen ▶ Bei Kunden mit registrierender Leistungsmessung erfolgen die Erfassung, die Ermittlung und die Übermitt-

lung der Verbräuche digital. Auch hier können versehentlich unvollständige oder fehlerhafte Daten abgerechnet werden. So wurde dem Betreiber einer Biogasanlage in einem Jahr eine doppelt so hohe Leistungsspitze abgerechnet als seine historischen Daten gerechtfertigt hätten. Die Analyse des Vorgangs arbeitete dann heraus, dass dies am Wechsel des Stromzählers lag. Dank der erfolgreichen Intervention wurden 2.500 Euro unnötige Kosten gespart. Bei einem anderen Kunden war der Nachtstromanteil seiner Nachtspeicherheizung innerhalb von zwei Jahren stark zurückgegangen. Der daraufhin

in der Steuerungsanlage festgestellte Defekt hatte trotz eines geringen Jahresverbrauchs von nur rund 19.000 kWh immerhin einen Effekt von rund 450 Euro. Nach Reklamation und Reparatur der Steuerung ließ sich das Problem grundsätzlich eliminieren.

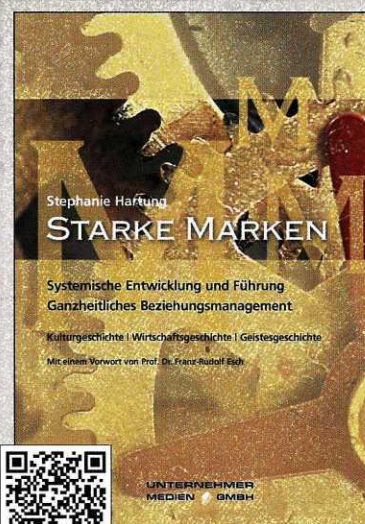
Fristen für Reklamationen ▶ Viele Energielieferverträge besagen, dass Rechnungen als richtig akzeptiert seien, wenn nicht binnen 30 Tagen Einspruch gegen offensichtliche Fehler eingelegt werde. In Anbetracht der komplexen Sachverhalte ist jedoch anzunehmen, dass solche leicht erkennbaren Fehler bloß die Spitze des Eisbergs sind. Bedeutsamer ist die Verjährungsfrist für fehlerhafte Rechnungen, auch aufgrund fehlerhaft messender Stromzähler. Hier sind rückwirkende Korrekturen sowohl für Kunden als auch für Energielieferanten drei Jahre möglich.

Alles in allem wirken sich Abrechnungsfehler sowohl zu Gunsten der Energiewirtschaft als auch zu Gunsten der Kunden aus. Unternehmer sollten deshalb Rückstellungen bilden, wenn sie bevorteilt wurden. Ziel ist, eine effiziente Rechnungsprüfung zu etablieren oder sich externe Hilfe zu sichern. ■

Stefan Hartleff,
Geschäftsführender Gesellschafter
Plan Energie GmbH & Co. KG, Moers

STARKE
MARKENSystemische Entwicklung
und FührungGanzheitliches
Beziehungsmanagement

Neues Standardwerk



THEORIE UND PRAXIS

» Stephanie Hartung

»Corporate Brands« galten lange Zeit als nicht so spannend. Dabei ist jedes Unternehmen eine Marke, die stets und ständig kommuniziert. Leider aber zaudern viele Inhaber im Mittelstand noch: »Bleiben Sie mir weg mit dem Thema der Marke! Wir sind doch kein Konzern! Da muss man sicher viel investieren. Das wollen wir nicht. Damit verdienen wir kein Geld!« Schade. Markenbewusst geführte Firmen bewähren sich in ihren globalen Märkten erfolgreicher als ihr Wettbewerb.

ISBN: 978-3-937960-19-7 • 48,00 €
Bestellung (Sofortige Auslieferung)
Tel.: 0228/95459-85 • Fax: -80 oder
jederzeit in unserem Online-Shop im
Internet: www.unternehmermedien.de

UNTERNEHMER
MEDIEN  GMBH

GEDANKEN FÜR GENERATIONEN