

## LEEN-Netzwerk

# Weniger CO<sub>2</sub> und Kosten

Ein Gewinn für beide Seiten ist das lernende Energieeffizienz-Netzwerk (kurz LEEN); sowohl die Natur als auch die Unternehmen profitieren davon, weil es erstens zur Steigerung der Energie-Effizienz und zweitens zur Kosteneinsparung und drittens zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes im Rahmen des integrierten Klimaschutzkonzeptes der Stadt beiträgt. Eine Gruppe von mindestens zehn Unternehmen mit Energiekosten von rund 150 000 Euro arbeitet in einem geführten Prozess über drei Jahre zusammen und investiert in profitable Energieeffizienz-Potenziale. Der Klimaschutzmanager Dieter Prosik stellte auf der Sitzung das Projekt vor. Die Weichen dafür hat der Gemeinderat in der vergangenen Woche mit seinem einstimmigen Votum bei zwei Enthaltungen gestellt. Mit diesem Netzwerk wird eine zentrale Maßnahme des Klimaschutzkonzeptes eingeleitet, das zugleich den Wirtschaftsstandort Ettlingen stärkt. Bereits im Juli hatte Oberbürgermeister Johannes Arnold beim Unternehmertreffen LEEN vorgestellt und bei den Firmenchefs dafür geworben. Der Rat gab auf der Sitzung sowohl für den Rahmenvertrag über den Aufbau und Durchführung eines LEEN-Netzwerkes“ zwischen der Stadt und der LEEN GmbH, einem Ableger der Fraunhofer-Gesellschaft, grünes Licht als auch für die Richtlinien zur Förderung der Teilnahme von Unternehmen an solch einem Netzwerk. Hintergrund ist, dass rund 66 Prozent des gesamtstädtischen CO<sub>2</sub>-Verbrauchs alleine auf den Sektor des Gewerbes, Handels und Industrie entfallen, dies ergibt ein enormes Einsparpotenzial. Die LEEN GmbH betreut bereits erfolgreich Netzwerke in Karlsruhe und weiteren Landkreiskommunen. Die Laufzeit des Projektes ist von November 2014 bis Mai 2017 angelegt und wäre förderfähig durch das Bundesumweltministerium, sprich würden sich mindestens zehn Unternehmen beteiligen und das Netzwerk gefördert werden, erhielten die Teilnehmer eine Fördersumme von 4 000 Euro. Auf Seiten der Stadt würden für dieses Jahr und kommendes jeweils 22 500 Euro anfallen, plus 5 000 Euro für Akquise, Kick-off-Veranstaltungen und weitere Werbemaßnahmen im Jahr 2014.