

Zeitschrift: bulletin.ch / Electrosuisse
Herausgeber: Electrosuisse
Band: 95 (2004)
Heft: 12

Vorwort: Haushalt geht vor Wirtschaft = Les ménages passent avant l'économie
Autor: Müller, Ulrich

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

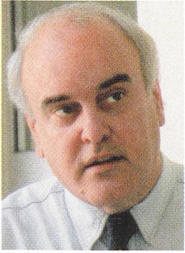
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 27.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Ulrich Müller
 Chefredaktor Verband Schweizerischer
 Elektrizitätsunternehmen (VSE) –
 Rédacteur Association des entreprises
 électriques suisses (AES)

Haushalt geht vor Wirtschaft

Les ménages passent avant l'économie

Seit September 2002 ist sich die Elektrizitätswirtschaft bewusst, dass die politische Gesetzgebung für eine Liberalisierung des Strommarktes stark vom Kundensegment Haushalt beeinflusst wird. Das Elektrizitätsmarktgesetz (EMG) wurde von den Stimmbürgern vor allem deshalb abgelehnt, weil es keine offensichtlichen Vorteile für den Kleinverbraucher brachte – obwohl die Volkswirtschaft insgesamt davon profitiert hätte. Derweil wird an verschiedenen Modellen gearbeitet, um einige weit gehend unbestrittene Verbesserungen des EMG zu «retten».

In einer Zeit, in der die Anbieter von Produkten und Dienstleistungen dauernd mit neuen Packungen, neuen «Formeln» und neuem «Zusatznutzen» aufwarten, wird der Konsument misstrauisch. Besonders stossend sind dabei die vielen Mogelpackungen sowie die orangen Grossverteiler, die stolz die Mär verkünden, ihre Produktpaletten hätten sich in den letzten Jahren laufend verbilligt.

Warum sollte der private Stromkunde die Spielregeln ändern wollen für ein unentbehrliches Basisprodukt, das nur etwa 1% seines Budgets tangiert und mit dem er seit Jahrzehnten zufrieden ist? Die statistischen Zahlen für 2003 sprechen für sich. Bei einem Rückgang des Bruttoinlandproduktes von –0,5% stieg der Stromverbrauch in der Schweiz real um ganze 2% und erreichte wieder eine Rekordmarke. Das Produkt ist beliebt. Wie können es nun Politik und Elektrizitätswirtschaft durch mehr Markt für den Kleinbezüger noch begehrter machen?

Depuis septembre 2002, le secteur de l'électricité est conscient du fait que la législation politique en faveur d'une libéralisation du marché de l'électricité est fortement influencée par le segment des ménages. La loi sur le marché de l'électricité (LME) a été rejetée par les électeurs principalement parce qu'elle ne présentait aucun avantage apparent pour les petits consommateurs – même si l'économie nationale dans son ensemble en aurait profité. Depuis, plusieurs modèles sont étudiés pour «sauver» quelques améliorations incontestées de la LME.

A une époque où les fournisseurs de produits et de services ne cessent de proposer de nouveaux emballages, de nouvelles «formules» et de nouveaux «avantages supplémentaires», le consommateur devient méfiant. Le plus choquant, ce sont les emballages trompeurs ainsi que les distributeurs en gros d'oranges qui racontent avec fierté des balivernes comme quoi le prix de leurs palettes de produits aurait en moyenne diminué que quelques points l'année dernière.

Pourquoi le particulier voudrait-il changer les règles du jeu pour un produit de base indispensable qui n'a qu'une incidence de 1% sur son budget et dont il est satisfait depuis des décennies? Les statistiques de 2003 parlent d'elles-mêmes. Avec un recul de 0,5% du produit national brut, la consommation d'électricité a enregistré une hausse réelle de 2% en Suisse et atteint un nouveau record. Le produit est apprécié. Comment la politique et le secteur de l'électricité peuvent-ils maintenant le rendre encore plus séduisant pour les petits clients à travers une plus grande concurrence?