

# Die Macht der Konsumenten

Autor(en): **Eymann, Christoph**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Energie extra**

Band (Jahr): - **(1997)**

Heft 4

PDF erstellt am: **29.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-638502>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## Wieso erneuerbare Energien fördern?

Ich höre oder lese oft die Aussage: "Öl und Gas wird es noch einige Jahrzehnte in grossen Mengen geben, sie sind billig, billiger denn je und werden in naher Zukunft auch billig bleiben." Daraus wird dann die Folgerung gezogen, dass es heute keinen Wert hat, sich mit erneuerbaren Energien abzugeben.

Die Aussage mag wohl richtig sein, verschweigt jedoch einiges, und daher ist auch die Folgerung falsch.

Verschwiegen wird, dass die konventionellen Energien (in der Schweiz vor allem Öl und Gas) – als Hauptverantwortliche für unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoss – die Umwelt mehr belasten als die erneuerbaren Energien. Unberücksichtigt bleibt, dass auch die Bewohner der Schwellen- und Entwicklungsländer ein Anrecht auf einen höheren Lebensstandard haben, was weltweit den Energieverbrauch stark ansteigen lässt. Verschwiegen wird ebenso, dass die Einführung einer neuen Energie mindestens ein Jahrzehnt dauert. Kohle und Öl haben das bewiesen. Auch die erneuerbaren Energien werden diesen Zeitraum brauchen.

Die Warnung, dass der weltweit stark steigende CO<sub>2</sub>-Ausstoss zu Klimaveränderungen führt, ist ernst zu nehmen. Daraus folgt: Wir müssen die Energien noch viel rationeller nutzen, damit der Energieverbrauch in den Industrieländern sinkt und in den Schwellen- und Entwicklungsländern nur noch mässig steigt. Und wir müssen die erneuerbaren Energien fördern, damit sie einen immer grösseren Anteil unseres verbleibenden Verbrauches abdecken können.

An diesem steinigen Weg führt nichts vorbei, wenn wir die Welt unseren Kindern dereinst mit gutem Gewissen übergeben wollen.

**Jürg Gfeller**  
Vizedirektor BEW,  
Chef der Abteilung  
Energietechnik

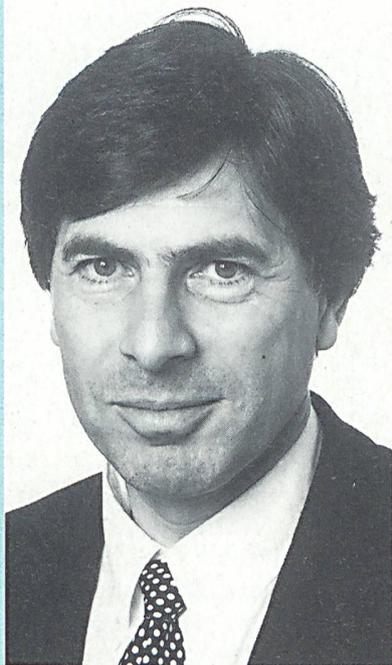
Investitionsprogramm:

**Mit Bundesbeiträgen sanieren** S. 2

**Der energiepolitische Dialog setzt Leitplanken** S. 3

Regenerierbare Energien:

**Mit sanfter Energie harte Fakten schaffen** S. 4-7



**Nationalrat  
Christoph Eymann**

Direktor Gewerbeverband Basel-Stadt

*"Die Vermarktung der erneuerbaren Energien, verbunden mit dem Start des Investitionsprogramms, haben auch in gewerblichen Kreisen Hoffnungen geweckt."*

## Die Macht der Konsumenten

Erneuerbare Energien lassen sich vermarkten! Diese Erkenntnis – der lange Diskussionen über technische Grundlagen in den 70er Jahren, später dann über die Kosten vorausgegangen sind – wird uns einen wesentlichen Schritt im Einsatz von erneuerbaren Energien weiterbringen.

Ich möchte das mit einem "Greenpricing"-Beispiel begründen: Einige Stromproduzenten bieten neuerdings ihren Konsumenten die Möglichkeit, Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen – wenn sie wollen. Diese Wahlmöglichkeit wird die Stromproduktion aus erneuerbaren Energiequellen massiv erhöhen. Und der Stromproduzent verfügt über ein zusätzliches Marketing-Argument in einem künftig deregulierten Markt. Dabei kann er den erneuerbaren Strom von Dritten kaufen oder bei Bedarf Anlagen im Contracting erstellen lassen, ohne selbst investieren zu müssen.

Dass sich diese Wahlmöglichkeit für Stromkonsumenten durchsetzen dürfte, beweist die Tatsache, dass Kaliforniens Einwohner bei einer "Abstimmung an der Steckdose" ihren Bedarf an Strom aus erneuerbaren Energien anmelden können. Die bisherigen Erfahrungen des Elektrizitätswerks Zürich, der Industriellen Werke Basel und anderer Stromproduzenten stützen diesen Trend auch in der Schweiz.

Die Konsumenten werden also als Marktmacht anerkannt. Zu Recht, meine ich: Denn was mit Zigaretten oder den verschiedenen Bio-Labels funktioniert, dürfte sich auch im Strombereich durchsetzen: Die Deklaration der Produkte-Eigenschaften verbunden mit der Auswahlmöglichkeit.

Das sind gute Aussichten für die zweite Halbzeit im Bundesprogramm Energie 2000. Die Nutzung der Macht der Konsumenten (für die Vermarktung der erneuerbaren Energien), verbunden mit dem Start des Investitionsprogramms, haben auch in gewerblichen Kreisen Hoffnungen geweckt. Erstaunlich ist auch, und jetzt spreche ich als Direktor eines Gewerbeverbandes, dass die Förderung der erneuerbaren Energien nicht mehr als "grüne" Schwärmerei abgetan, sondern unter dem Stichwort "Wirtschaftsförderung" diskutiert wird – bei Dachdeckern, Spenglern, Heizungsmonteuren, Zimmerleuten, Baumeistern, Fensterbauern, Sanitärinstallateuren und manch anderen. Alles Branchen, die von energiesparenden Investitionen profitieren. Die direkten wirtschaftlichen Chancen, verbunden mit geschickten Marketingmethoden, werden den erneuerbaren Energien zunehmend den Weg ebnen.

C.E.