

## Sektor Wirtschaft

### EnAW

Die Wirtschaft hat sich bereits im Rahmen von Energie 2000 mit freiwilligen Massnahmen engagiert. Die Erfahrungen haben aber gezeigt, dass sich ohne gesetzliche oder finanzielle Anreize nur eine Minderheit von Unternehmen zu konkreten Beiträgen motivieren lässt.

Gegenüber Energie 2000 hat sich die Ausgangslage geändert: Die gemäss CO<sub>2</sub>-Gesetz frühestens ab 2004 mögliche CO<sub>2</sub>-Abgabe stellt einen gewichtigen Anreiz zur CO<sub>2</sub>-Reduktion dar. So konnte die seit Ende 2001 operativ tätige Energie-Agentur der Wirtschaft EnAW (■ Jahresbericht Energie-Agentur der Wirtschaft) im Jahr 2002 eine Verdreifachung der Unternehmensgruppen verzeichnen, die sich in den Prozess der Zielvereinbarungen eingeklinkt haben. Bei den Grossverbrauchern gemäss Energie-Modell sind es 46 Gruppen, beim Benchmark-Modell für KMUs 6 Gruppen von Unternehmen. Insgesamt waren Ende 2002 über 600 Unternehmen in den Gruppen vertreten. Mit ihnen sind rund 25 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Wirtschaft abgedeckt. Ende 2002 waren die Zielvereinbarungen unterschiedlich weit fortgeschritten, zum Teil im Anfangsstadium, zum Teil bereits abgeschlossen. Die Entwicklungsarbeiten gestalteten sich aufwändiger als erwartet. Gleichwohl wurde bis Ende 2002 für 6 Unternehmensgruppen (4 Grossverbraucher- und 2 KMU-Gruppen, total 121 eingebundene Unternehmen) ein formelles Audit-Verfahren des Bundes erfolgreich durchlaufen. Das Audit stellt sicher, dass das CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel konform mit der CO<sub>2</sub>-Gesetzgebung und ausreichend ambitioniert ist. Die vereinbarten CO<sub>2</sub>-Reduktionen liegen bei den bereits auditierten Gruppen deutlich über der Vorgabe des CO<sub>2</sub>-Gesetzes von minus 15 Prozent für Brennstoffe. Unterzeichnet wurde die erste Zielvereinbarung am 10. Februar 2003 mit der Cemsuisse. Das Verpflichtungsziel sieht eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen aus fossilen Energieträgern um 44 Prozent, das freiwillige Ziel eine Reduktion um 55 Prozent gegenüber 1990 vor.

Bis Ende 2003 werden rund 40 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen der Schweizer Wirtschaft in Zielvereinbarungen eingebunden sein. Gesamthaft erwartet die Wirtschaft, soweit sie sich im Rahmen der EnAW engagiert, dass sie die Ziele gemäss CO<sub>2</sub>-Gesetz erreicht.

Als unterstützende Produkte im Bereich «komplexe Betriebsoptimierung» (■ Jahresbericht Marktbereich Industrie und Dienstleistungen sowie komplexe Betriebsoptimierung) wurden im Jahr 2002 umsetzungsorientierte Leitfäden zur Verfügung gestellt. Zudem wurden Energiesparwochen und Informationsveranstaltungen durchgeführt.

Der Umsatz 2002 der EnAW von 4,3 Millionen CHF konnte zu 2,3 Millionen CHF durch die Unternehmen (Mitgliederbeiträge und Abgeltung direkt erbrachter Leistungen) sowie zu 2 Millionen CHF mit dem Leistungsauftrag durch das BFE sichergestellt werden. Dazu kommen die ausgelösten Realleistungen der Unternehmen in ähnlich hohem, aber nicht genau quantifizierbarem Umfang. Gesamthaft konnten die energetischen Wirkungen im Bereich Wirtschaft gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt werden.

### Geräte

Unterstützt von der Schwerpunktkampagne der Dachkommunikation von EnergieSchweiz wurde 2002 die ab 1.1.2002 obligatorische energieEtikette für Haushaltgeräte erfolgreich eingeführt. TV-Spots, Info-Broschüren, Inserate und Messeauftritte haben dazu geführt, dass bei einer Umfrage Ende Juni 2002 40 Prozent der Bevölkerung die energieEtikette kannten. Durch die Kampagne und die breite Unterstützung der energieEtikette durch die Branche wurde die Käuferschaft in Richtung sparsamer Elektrogeräte sensibilisiert (■ Jahresbericht Marktbereich Elektrogeräte).

Zur weiteren Förderung energieeffizienter Geräte schlossen das BFE und die betroffenen Agenturen eae (beteiligte Branchen- und Konsumentenorganisationen) und S.A.F.E. (Vertretungen mehrerer Umwelt- und Konsumentenorganisationen) im Mai 2002 vierjährige Rahmenverträge ab. Diese legen die durchzuführenden Pro-

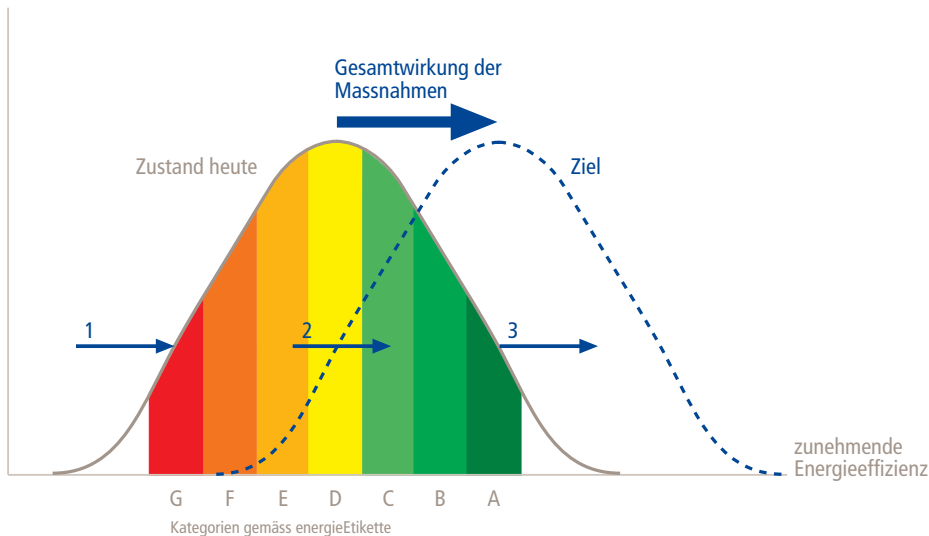


«Für wirkliche Erfolge im Klimaschutz ist die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Wirtschaft unerlässlich. EnergieSchweiz geht diesen Weg.»

Carol Franklin, Partnerin in der Firma «Vorausdenken – für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Zukunft»

- Jahresbericht eae
- Jahresbericht S.A.F.E.

Anzahl Geräte



Grafik 9  
Gerätestrategie

- 1 Zulassungsbeschränkung verbrauchintensiver Geräte durch den Bund gemäss EU
- 2 Förderung des Kaufs effizienter Geräte (A) durch Information (energieEtikette), Ersatz Altgeräte, Schulung und Beratung
- 3 Entwicklung besonders effizienter Geräte (A+, A++)

jekte und deren Finanzierung fest. Die beiden Agenturen und das BFE einigten sich auf eine gemeinsame Strategie zur Stabilisierung des Elektrizitätsverbrauchs im Gerätebereich durch die Förderung und Entwicklung energieeffizienter Geräte, die Förderung des Ersatzes von Altgeräten, den breiten Einsatz der energieEtikette und den Erlass von Zulassungsbeschränkungen zur Elimination der schlechtesten Geräte, basierend auf den Richtlinien der EU.

Die eae (■ Jahresbericht eae) fördert die energieEtikette für Haushaltgeräte. Ziel der eae-Kampagnen ist es, dass Konsumenten bewusst einkaufen und Geräte (auch in Mietwohnungen) effizient nutzen. Auf internationalen Fachtagungen stellt die eae sicher, dass die Energieeffizienz nach schweizerischer Auffassung Beachtung findet und gute Ideen zur Energieeffizienz aus dem Ausland in der Schweiz zur Wirkung kommen. Die seit Ende 2002 aufgeschalteten Seiten [www.eae-geraete.ch](http://www.eae-geraete.ch) und [www.energyBrain.ch](http://www.energyBrain.ch) sowie eine Hotline geben nützliche Tipps zum energieeffizienten Einsatz von Elektrogeräten. Ein weiteres Projekt stellt elektronische Informationen für Kühl- und Gefriergeräte, Waschmaschinen und Wäschetrockner als Kaufratgeber zur Verfügung. Eine Hotline beantwortet Fragen

von Konsumenten und Handel zum Energieverbrauch von Elektrogeräten. Die Branche stellt zudem statistische Daten zur Bestimmung des Energieverbrauchs von Elektrogeräten zur Verfügung. Bei den neuen Ausbildungsmodulen wird das Thema Energieeffizienz eingebaut.

Die Agentur S.A.F.E. (■ Jahresbericht S.A.F.E.) betreut die im Berichtsjahr 250 000-mal besuchte Beratungs-Homepage [www.topten.ch](http://www.topten.ch), den neuen Effifamily-Ratgeber in gedruckter Form und auf dem Internet unter [www.energybox.ch](http://www.energybox.ch) den Ratgeber zur Senkung des Stromverbrauchs im Haushalt. Der im Jahr 2003 geplante Wettbewerb der «Goldene Stecker» wurde vorbereitet, die Broschüre «Faktor Licht» verbreitet, ein Marktcheck zur Langzeitbeurteilung des Erfolgs der energieEtikette für Haushaltgeräte und Lampen initiiert und ein Sparlampentest für die zwölf häufigsten Energiesparlampen gestartet. Dieser wird im Herbst 2003 abgeschlossen. Die deklarierten Eigenfinanzierungen übertreffen mit 72 Prozent (S.A.F.E.) und gar über 90 Prozent (eae) klar den vom BFE geforderten Wert von 60 Prozent. (Mittel EnergieSchweiz 2002, eae: 0,8 Millionen CHF, S.A.F.E.: 0,7 Millionen CHF; deklarierte Eigen- und Drittmittel eae: 8,4 Millionen CHF, S.A.F.E.: 1,8 Millionen CHF.)