

# Grünstrommarkt behauptet sich in Krise

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Energieia : Newsletter des Bundesamtes für Energie**

Band (Jahr): - **(2009)**

Heft 4

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-640092>

## **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.



## Grünstrommarkt behauptet sich in Krise

### INTERNET

Verein für umweltgerechte Energie (VUE):  
[www.naturemade.ch](http://www.naturemade.ch)

Agentur für erneuerbare Energien und  
 Energieeffizienz (AEE):  
[www.erneuerbar.ch](http://www.erneuerbar.ch)

Thema Stromkennzeichnung beim  
 Bundesamt für Energie (BFE):  
[www.bfe.admin.ch/stromkennzeichnung](http://www.bfe.admin.ch/stromkennzeichnung)

Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (EWZ):  
[www.ewz.ch](http://www.ewz.ch)

Energie Wasser Bern (EWB):  
[www.ewb.ch](http://www.ewb.ch)

Der Markt für grünen Strom hat in den letzten Jahren stetig zugelegt. Immer mehr Firmen und Private sind bereit, einen Aufpreis für Strom zu bezahlen, der aus erneuerbarer Quelle stammt und zusätzlich ökologische Auflagen erfüllt. Selbst die Wirtschaftskrise hat den Grünstrommarkt bisher nicht in Turbulenzen gebracht.

Es gibt in der Schweiz einen funktionierenden freien Markt für grünen Strom. Dies ist an sich nicht neu. Der Grünstrommarkt stand in der letzten Zeit jedoch etwas im Schatten der politischen und wirtschaftlichen Diskussionen um das Fördermodell des Bundes für Strom aus erneuerbaren Energien. Diese so genannte kostendeckende Einspeisevergütung oder kurz KEV wird seit Anfang 2009 ausgeschüttet, der Ansturm auf die Fördergelder war enorm und bereits wird darüber nachgedacht, ob die KEV schon wieder reformiert werden muss. Einen freien Markt für grünen Strom abseits der KEV gibt es in der Schweiz indes seit rund 10 Jahren. Cornelia Brandes, Geschäftsleiterin des Vereins für umweltgerechte Energie (VUE), spricht von einer «freiwilligen Erfolgsgeschichte». Der Verein steht hinter dem Label «naturemade basic» (Strom aus 100 Prozent erneuerbaren Energiequellen) und dem strengen Gütezeichen «naturemade star», bei dem die Produzenten zusätzliche strenge Umweltauflagen erfüllen müssen und welches mit der Knospe für Bio-Lebensmittel vergleichbar ist. Rund die Hälfte des Ökostroms wird in der Schweiz unter den beiden Qualitätszeichen verkauft.

### Exponentielles Wachstum

Insgesamt verkauften Elektrizitätsunternehmen 2007 total 4680 Gigawattstunden (GWh) zertifizierte Stromprodukte aus erneuerbaren Energien, das ist gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 63 Prozent, wie eine Marktstudie der Agentur für erneuerbare Energien und Energieeffizienz

(AEE) ermittelt hat. Damit deckt dieser Markt rund 8 Prozent des schweizerischen Stromverbrauchs ab. Fast 600 000 Haushalte und andere Stromkunden wie Unternehmen oder öffentliche Körperschaften nutzten im Jahr 2007 diese Angebote, das sind rund 15 Prozent aller Strombezügler.

Der Absatz des eigentlichen Ökostroms mit dem Label «naturemade star» hat ebenfalls deutlich zugelegt, auch wenn er sich auf noch relativ bescheidenem Niveau bewegt: 2007 wurden nach VUE-Angaben 408 GWh Strom mit diesem strengen Gütezeichen verkauft, fast doppelt so viel wie im Jahr zuvor. Das weniger strenge «naturemade basic»-Label setzte gleichzeitig zum Sprung an, mit 1368 GWh wurde der Absatz hier mehr als verzehnfacht.

### Von Krise wenig beeindruckt

Diese Zahlen stammen jedoch alle aus der Ära, wo Banken noch Gewinne schrieben und es mit der Wirtschaft munter bergauf ging. Doch auch die Finanz- und Wirtschaftskrise scheint bisher dem Ökostrommarkt keinen Strich durch die Rechnung zu machen. Dies obwohl das Qualitätslabel «naturemade basic» etwa einen halben bis einen Rappen teurer pro Kilowattstunde ist als der herkömmliche Strommix, und die «naturemade star»-Produkte, die zusätzlich einen Förderfonds für neue Anlagen speisen, deutlich mehr kosten. «Bis jetzt hat die Wirtschaftskrise keine Kündigungswelle von Grünstrom-Abos nach sich gezogen», erklärt Brandes. Viele Kun-

den hätten Mix-Produkte abonniert, welche im Endeffekt nicht viel teurer seien als Normalstrom und ein gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis aufwiesen. Vor allem bei Dienstleistungsunternehmen belaste der Posten Energie das Budget nicht erheblich und stehe damit auch nicht an erster Stelle bei möglichen Sparmassnahmen.

Bei den Energieversorgern bestätigt man dies. «Weder beim Stromverbrauch noch bei unseren Stromprodukten merken wir bis jetzt etwas von der konjunkturellen Lage», sagt Thomas Hügli, Sprecher bei Energie Wasser Bern (EWB). Beim Ökostrom gehe die Kurve immer noch klar nach oben. «Den Leuten ist diese Art von Strom offen-

**«GRÜNSTROM-PRODUKTE MUSS MAN VERKAUFEN, DAFÜR BRAUCHT ES EIN GEZIELTES MARKETING.»**  
**CORNELIA BRANDES, GESCHÄFTSLEITERIN DES VEREINS FÜR UMWELTGERECHTE ENERGIE (VUE).**

sichtlich etwas Wert», sagt Hügli. Und Potenzial sei durchaus noch vorhanden, vor allem bei Firmenkunden, auf die sich das Marketing derzeit konzentriere.

Auch das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (EWZ) spürt bei den Grünstromprodukten bis jetzt keinen Einbruch. «Die Nachfrage ist immer noch hoch und die Firmen behalten ihre Ökostromanteile», sagt EWZ-Sprecher Harry Graf. Man habe das Marketing verstärkt. «Auch bei kleinen Unternehmen und Privaten sind wir zuversichtlich, dass sie noch mehr in die neuen erneuerbaren Energien investieren werden», sagt Graf.

#### **Ohne Marketing läuft nichts**

Laut Brandes vom VUE liegt die grösste Herausforderung beim Marketing darin, den Leuten zu sagen, was sie kaufen; denn Strom sei ein abstraktes Produkt. Gleichzeitig macht sie klar, dass sich Grünstrom-Produkte nicht von selbst absetzen würden. «Die Türe wird einem nicht eingerannt. Diese Form von Energie muss man verkaufen. Dafür braucht es ein gezieltes Marketing. Die Elektrizitätsunternehmen müssen also aktiv sein, um in diesem Bereich Erfolg zu haben», unterstreicht Brandes.

Argumente gibt es zur Genüge: Stromproduzenten und Stromlieferanten können im Zuge der Liberalisierung ihr Profil schärfen und sich ein glaubwürdiges Image verschaffen, indem sie den glaubhaften Nachweis erbringen, klimaschonend Strom zu produzieren und zu verteilen. Zudem ergibt sich ein zählbar erneuerbarer und ökologischer Mehrwert, der an die Kunden verkauft werden kann. Auch Firmen, welche einen Teil ihres Stroms aus erneuerbaren Quellen beziehen, können damit in der Öffentlichkeit punkten. Zudem können sie den Bezug von «naturemade star»-Strom im Monitoringsystem der Energieagentur der Wirtschaft (EnAW) im Rahmen ihrer

Zielvereinbarungen zur Erhöhung der Energieeffizienz anrechnen lassen. Und als Privatperson kann man konkret etwas für die Umwelt und den Klimaschutz tun.

#### **Neue Erneuerbare im gesamten Strommix noch marginal**

Dass in der Schweiz in Sachen grünem Strom noch einiges Potenzial brach liegt, zeigen die neuesten Zahlen der Stromkennzeichnung über den Strommix an der Steckdose, welche das Bundesamt für Energie (BFE) alle zwei Jahre publiziert. Demnach stammten 2007 nur rund 0,4 Prozent der gesamten Liefermenge aus neuen erneuerbaren Energiequellen wie Sonne,

Wind oder Biomasse. Rund 41 Prozent der gelieferten Elektrizität stammte aus Kernkraftwerken. Dieser Wert entspricht in etwa dem Anteil der Kernenergie an der gesamten Elektrizitätsproduktion. Bei der Wasserkraft sieht dies anders aus: Nur rund 33 Prozent der Elektrizitätslieferung stammte aus Schweizer Wasserkraftwerken. Rund zwei Fünftel der Wasserkraft wurde somit ins Ausland exportiert.

Die gelieferte Stromqualität entspricht den Kundenwünschen aber nur bedingt. Gemäss der AEE-Marktstudie aus dem Jahr 2007 bieten etwas über 400 der insgesamt 900 Elektrizitätsunternehmen in der Schweiz gezielt Stromprodukte aus erneuerbaren Energien an. «Viele Energieversorger schauen die Stromkennzeichnung immer noch zu sehr als Pflichtübung an und verwenden sie noch viel zu wenig als Kommunikationsmittel», sagt Christian Schaffner, Experte für Energieversorgung beim BFE. Die schweizerischen Stromversorgungsunternehmen sind seit 2005 verpflichtet, Herkunft und Zusammensetzung des von ihnen gelieferten Stroms offen zu legen.

#### **KEV nicht als Konkurrentin gesehen**

Stromkennzeichnung und die eingangs erwähnte KEV sieht Brandes vom VUE als Unterstützung für den freien Markt und nicht als Konkurrenz. «Es ist positiv, dass heute viel intensiver über verschiedene Stromqualitäten gesprochen wird als noch vor einigen Jahren. Das hilft auch dem freien Grünstrommarkt», sagt Brandes. Auch Schaffner betont, beide Systeme – KEV und freier Markt – müssten zusammenspielen. «Viele Anlagenbauer entscheiden sich für den freien Markt, weil hier noch einiges herausgeholt werden kann», erklärt der BFE-Experte. Beide Systeme haben also ihre Stärken, und profitieren dürfte am Schluss die Umwelt.

(klm)

## **Europäische Konferenz für Grünstrom-Marketing in Genf**

Marktakteure und Entscheidungsträger im Grünstrommarkt aus ganz Europa geben sich im Oktober ein Stelldichein in Genf. Am 1. und 2. Oktober 2009 findet in der Rhonestadt die sechste Ausgabe der «European Conference on Green Power Marketing» statt. Die Konferenz bietet für die Teilnehmenden «eine einmalige Gelegenheit, im Austausch mit führenden Kennern der Branche das Fach- und Marktwissen zu erweitern», heisst es von Seiten der Organisatoren.

#### **Investitionen sicherstellen**

Eine Kernfrage der diesjährigen Konferenz ist es, wie im heutigen wirtschaftlichen Umfeld die notwendigen Investitionen in eine nachhaltige Energiewirtschaft sichergestellt werden können. Weiter gibt die Konferenz Informationen darüber, welche Konsequenzen die 2020-Ziele und die neue EU-Direktive haben, ob Förderinstrumente und Marktmechanismen ausreichend sind, und wie sich die Märkte technologisch und geografisch entwickeln werden.

Über zwei kompakte Veranstaltungstage hinweg werden in Genf Präsentationen und Gesprächsrunden ausgesuchter Experten die neuesten Trends und Entwicklungen in den europäischen Grünstrommärkten vorstellen. Ein Nachmittag mit praxisorientierten Workshops rundet das Programm inhaltlich ab.

#### **Weitere Informationen:**

[www.greenpowermarketing.org](http://www.greenpowermarketing.org)  
 Tel. 043 322 05 56