

Schweizer Erfolgsmodell

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

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(2013)**

Heft 2

PDF erstellt am: **06.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-639228>

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.

Mit Vollgas auf Energiesparkurs

Eine bewegte Geschichte hat sie hinter sich – die Energieetikette für Personwagen. Vor zehn Jahren ist sie mit dem Ziel eingeführt worden, Konsumentinnen und Konsumenten einfach und einheitlich über den Treibstoffverbrauch ihres Neuwagens zu informieren. Seither ist sie weiterentwickelt und mit Zusatzinformationen angereichert worden.

Der Auftritt des damaligen Energieministers Moritz Leuenberger ist unterdessen legendär: Zum Kampagnenstart der Energieetikette für Personwagen legte er sich auf den Asphalt und schnupperte am Auspuff eines Autos. Ob es sich dabei um einen Wagen der Effizienzklasse A oder allenfalls G gehandelt hat, ist nicht überliefert – gut gerochen dürfte es so oder so nicht haben. Die Etikette war aber medienwirksam lanciert und kam bald ins Fliegen.

Effizienz als Kaufargument

«Wir haben die Etikette mit dem Ziel gestartet, die Käuferinnen und Käufer beim Autokauf transparent und einfach über den Treibstoffverbrauchs ihres zukünftigen Autos zu informieren», erklärt Hermann Scherrer, Mobilitätsexperte beim BFE. Die Etikette sollte die Autobranche zudem bei der Einhaltung der Vereinbarung unterstützen, welche sie mit dem UVEK 2002 unterzeichnet hatte und die eine Absenkung des durchschnittlichen Treibstoffverbrauchs neuer Autos von 8,4 Liter im 2000 auf 6,4 Liter bis 2008 vorsah.

Schon die erste Etikette von 2003 teilte die Neuwagen abhängig vom Treibstoffverbrauch in Abhängigkeit zu ihrem Gewicht in die Kategorie A bis G. Zudem wies sie die CO₂-Emissionen pro Autokilometer aus. Seit damals ist die Etikette in drei Schritten weiterentwickelt worden. 2006 wurde eine neue Berechnungsformel zur Einstufung in die Kategorien A bis G eingeführt, die den Einfluss des Fahrzeuggewichts deutlich abschwächte. «Schwere, verbrauchsstarke Neuwagen waren mit der alten Formel zu

gut bewertet», erklärt Scherrer. Zudem wurden neu neben der Energieeffizienz auch die CO₂-Emissionen grafisch und nicht mehr ausschliesslich als absolute Zahl in Gramm pro Kilometer ausgewiesen. Bei der letzten Revision am 1. Januar 2012 wurde der Einfluss des absoluten Treibstoffverbrauchs bei der Einteilung in die Effizienzklasse von 60 auf neu 70 Prozent erhöht. Die Etikette erfasst seither auch alternative Antriebe wie Elektrofahrzeuge und wird neu jährlich dem neuesten Stand der Technik angepasst. «So können wir verhindern, dass der Anteil der A-klassigen Neuwagenmodelle ständig zunimmt», sagt Scherrer.

Erfolgsgeschichte

Scherrer ist überzeugt vom Erfolg der Etikette: «Zwar hat die Autobranche das 2002 vereinbarte Absenkungsziel erst mit drei Jahren Verspätung erreicht, ich bin aber sicher, dass die Energieetikette dazu ihren Beitrag geleistet hat.» Die Branche teilt diese Einschätzung, auch wenn für Andreas Burgener, Direktor

von AutoSchweiz die Etikette nur ein Puzzleteil ist: «Jede zusätzliche Information trägt dazu bei, die Transparenz im Marken- und Modellangebot zu verbessern.» Auch der TCS, der bereits bei der Ausarbeitung der Etikette dabei war, sieht primär Vorteile für Käuferinnen und Käufer von Neuwagen: «Die Etikette erlaubt es, Fahrzeugmodelle in Bezug auf den Verbrauch, die jeweilige Effizienz und den CO₂-Ausstoss zu vergleichen», sagt Sascha Grunder, Leiter Umwelt und Energie beim TCS. Obwohl er keine Wunder erwartet hätte, ist für Grunder klar, dass die Etikette zur Absenkung des Durchschnittsverbrauchs neuer Fahrzeugmodelle über die Jahre beigetragen habe und dies auch in Zukunft tun werde. (his)



Wussten Sie, dass...

...das abgebildete Fahrzeug nur 104 Gramm CO₂ pro Kilometer ausstösst, während es beim Durchschnitt aller verkaufter Neuwagen 153 Gramm pro Kilometer sind?

Schweizer Erfolgsmodell

Die vor über drei Jahren eingeführte freiwillige Energieetikette für Kaffeemaschinen wurde in kürzester Zeit zu einem grossen Erfolg. Sie ist ein gutes Beispiel für eine ausgezeichnete Zusammenarbeit von Bund und Wirtschaft und bestimmt heute den Wettbewerb. Einzig eine europäische Lösung fehlt noch.

Punkto Kaffee ist die Schweiz führend: Nach Norwegen und Finnland nimmt unser Land beim Kaffeekonsum mit über acht Kilogramm pro Person und Jahr einen Spitzenplatz ein. Auch die Dichte von Kaffeemaschinen ist unerreicht, in schätzungsweise 80 Prozent aller Haushalte steht eine Maschine. So erstaunt es nicht, dass diese, gemäss Berechnungen des Bundesamts für Energie (BFE) von 2009, pro Jahr zusammen rund 400 Millionen Kilowattstunden Strom verbrauchen, soviel wie die Stadt Luzern. Fast drei Viertel des Stromverbrauchs wurden für das Warmhalten im Bereitschafts-Modus verbraucht.

Von Äpfel und Birnen

In der Zwischenzeit hat sich vieles verändert. Die Schweiz hat eine Vorreiterrolle übernommen und unabhängig von der EU eine Energieetikette für Kaffeemaschinen eingeführt. «2007 haben wir mit den konkreten Arbeiten begonnen», erinnert sich Felix Frey, Bereichsleiter Elektrogeräte beim BFE. «Vollautomaten, Kolbenmaschinen und Kapselssysteme: Die Schwierigkeit war, Äpfel und Birnen zu vergleichen», erklärt Frey die anfänglichen Hürden. Zusammen mit dem Fachverband Elektroapparate für Haushalt und Gewerbe Schweiz (FEA) und verschiedenen Herstellern habe man eine vergleichbare Basis herstellen können und einen Normverbrauch ermittelt. Der BFE-Bereichsleiter freut sich: «Die Zusammenarbeit hat wunderbar funktioniert. Gerade auch Hersteller wie Jura und Saeco haben sich stark engagiert.»

Wettbewerb über die Energieetikette

2009 wurde das Ergebnis lanciert – als freiwillige Etikette. Sie wurde innerhalb von drei Jahren zu einem Grosseffort. Jürg Berner, FEA Fachdelegierter, war überrascht: «Die Wirkung war gewaltig, es gab enorm viel Bewegung im Markt. Die Hersteller haben sehr schnell auf die geänderten Anforderungen reagiert und ihre Maschinen fit für die A-Klasse gemacht. Und das obwohl die Etikette freiwillig ist.» Oft seien neben Systemoptimierungen nur Software-Anpassungen in der Steuerung notwendig gewesen, um die Maschinen in die oberste Effizienzklasse zu bringen. «Der Wettbewerb findet heute auch über die Etikette statt», betont Berner. Und Felix Frey ergänzt: «Wir schätzen, dass 80 Prozent der über 600 000 verkauften Maschinen pro Jahr in der A-Klasse sind». Auch deshalb werde heute über die Verschärfung beziehungsweise eine Reskalierung der Effizienzklassen nachgedacht.



Wussten Sie, dass...

...sich Anfang 2010 vier Modelle in der Energieeffizienzklasse A befanden, im Oktober 2010 bereits über 60?

Trotz des grossen Erfolgs sind beide Experten enttäuscht, dass bisher keine europäische Lösung gefunden werden konnte. Zwar gab es Gespräche und europäische Studien wurden erstellt. Wer weiss, vielleicht übernimmt die EU dereinst die Schweizer Etikette? (sup)