

# Haushalt geht vor Wirtschaft = Les ménages passent avant l'économie

Autor(en): **Müller, Ulrich**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Bulletin.ch : Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von Electrosuisse, VSE = revue spécialisée et informations des associations Electrosuisse, AES**

Band (Jahr): **95 (2004)**

Heft 12

PDF erstellt am: **12.07.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

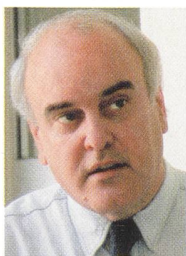
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

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.



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 begehrenswerter 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?