

# Sonnenwende = Le tournant solaire

Autor(en): **Eberhard, Simon**

Objektyp: **Preface**

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

Band (Jahr): **106 (2015)**

Heft 3

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.

# Sonnenwende

## Strom aus Erneuerbaren entwickelt sich zum Lifestyle-Produkt



**Simon Eberhard,**  
Chefredaktor VSE  
simon.eberhard@strom.ch

Kürzlich hat der US-Konzern Apple bekannt gegeben, 850 Millionen Dollar in eine Fotovoltaik-Anlage zu investieren. Diese soll das neue Hauptquartier sowie sämtliche Apple-Stores und Büros in Kalifornien mit Strom versorgen. Auch Apples Konkurrent Google investiert bereits seit einigen Jahren beträchtliche Summen in die Sonnenenergie.

Die beiden Grosskonzerne, die sich selbst gerne als innovative Vorreiter verstanden haben wollen, tun dies bestimmt nicht nur aus Sorge um die Umwelt. Sie reiten dabei vielmehr perfekt auf dem Zeitgeist; einem Zeitgeist, in dem das Umweltbewusstsein nicht mehr nur von alternativen Kreisen postuliert wird, sondern zu einem wichtigen Bestandteil eines jungen, urbanen Lebensstils geworden ist.

Bemerkenswert an diesem Trend ist, dass Strom, der ja seit jeher ein geringes Differenzierungspotenzial aufweist, auf diese Weise plötzlich zum sexy Lifestyle-Produkt mutiert. Es wäre jedoch ein Fehler, dies einfach als kurzfristige Modeerscheinung abzutun. Denn es zeigt auch, dass in der Öffentlichkeit seit einigen Jahren eine Sensibilisierung für Fragen der Stromversorgung stattgefunden hat. Daraus wiederum eröffnen sich neue Geschäftsmodelle. Denn eines ist sicher: Wenn Apple und Google Hunderte von Millionen Dollar ausgeben, darf man das durchaus als Investition betrachten.

# Le tournant solaire

## L'électricité renouvelable en vogue

**Simon Eberhard,**  
Rédacteur en chef AES  
simon.eberhard@electricite.ch

Récemment, le groupe américain Apple a annoncé vouloir investir 850 millions de dollars dans une installation photovoltaïque pour approvisionner en électricité le nouveau siège, ainsi que tous les magasins Apple et les bureaux en Californie. Google, le concurrent d'Apple, investit déjà depuis quelques années des sommes considérables dans le solaire.

Les deux groupes, qui se veulent des précurseurs, ne le font certainement pas seulement par souci pour l'environnement. Ils surfent plutôt sur l'air du temps, dans une époque où la conscience écologique n'est plus seulement revendiquée par les milieux alternatifs, mais constitue bel et bien un élément important d'un style de vie jeune et urbain.

Ce qu'il y a de remarquable dans cette tendance, c'est que l'électricité, qui présente depuis toujours un faible potentiel de différenciation, est tout à coup devenue un produit « sexy ». Il serait toutefois erroné de considérer ce fait comme une mode à court terme. Car depuis quelques années, le public se montre sensibilisé aux questions sur l'approvisionnement en électricité. Ce qui donne naissance à de nouveaux modèles commerciaux. Car une chose est sûre: si Apple et Google dépensent des centaines de millions de dollars, il faut le voir comme un investissement.