

Überdachende Kommunikation EnergieSchweiz

EnergieSchweiz – unser Klimaprogramm

Transparenz, gemeinsame Massnahmen, Synergien

Die überdachende Kommunikation (Dachkommunikation) EnergieSchweiz gewährleistet, dass die Hauptbotschaften und -inhalte von EnergieSchweiz beim Zielpublikum ankommen. Sie koordiniert die Kommunikationsmassnahmen der Partner und schafft Synergieeffekte. An einem ersten Kommunikationsseminar der Verantwortlichen aller Ebenen von EnergieSchweiz sollen Mitte Juni 2001 die Massnahmen für die Jahre 2001 und 2002 vorgestellt, diskutiert und koordiniert werden. Die BFE-Marketinggruppe von EnergieSchweiz sowie die "Strategiegruppe von EnergieSchweiz" haben im April die Grundlagen dazu verabschiedet.

Die Hauptziele der überdachenden Kommunikationsmassnahmen sind ehrgeizig. Bis Ende 2002 sollen 60 Prozent der EinwohnerInnen der Schweiz das neue Programm EnergieSchweiz kennen. Bis 2008 sollen 60 Prozent der EinwohnerInnen gemäss EnergieSchweiz handeln. Ohne geeignete politische Signale, ohne hinreichende Mittel für Kommunikationsmassnahmen und ohne wirksame Marketingauftritte der EnergieSchweiz-Produkte lassen sich diese Ziele nicht erreichen. EnergieSchweiz muss dabei eine "Positivstimmung" erzeugen. Der Auftritt soll offen, offensiv und motivierend wirken.

Gemeinsam mit den Partnern

Festgelegt ist ein wichtiges Nebenziel: Alle MitarbeiterInnen des Programms, des UVEK und der Partner von EnergieSchweiz sollen bis Ende 2001 eingehend über EnergieSchweiz – und auch über die Kommunikationsstrategie – informiert sein. Diese Hunderte von Personen sind wichtige MultiplikatorInnen und die „BotschafterInnen“ von EnergieSchweiz. Die Sektoren und Agenturen, aber auch die Kantone und Gemeinden haben dabei ihre eigenen Spielräume. Im Rahmen einer Gesamtkoordination schliessen sie sich den Massnahmen der Dachkommunikation an oder arbeiten im Rahmen eigener Kommunikationskonzepte. Das Ziel ist der möglichst einheitliche Auftritt auf allen Ebenen!

Die Schweiz hat sich im Rahmen der Kyoto-Klimakonferenz dazu verpflichtet, bis 2010 ihren gesamten Treibhausgas-Ausstoss gegenüber 1990 um 8 Prozent zu reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde im CO₂-Gesetz eine Reduktion der CO₂-Emissionen um 10 Prozent festgeschrieben.

Das Ziel ist realistisch aber ambitioniert und ohne wesentliche zusätzliche Anstrengungen nicht erreichbar. Im Vordergrund stehen verstärkte freiwillige Massnahmen durch den Einsatz von Energieagenturen und Zielvereinbarungen, Anreize von Bund und Kantonen, Vorschriften über den Treibstoffverbrauch von Motorfahrzeugen, strengere kantonale Vorschriften über den Energieverbrauch in Gebäuden sowie falls notwendig eine CO₂-Abgabe. Wenn sich abzeichnet, dass das CO₂-Ziel im Jahr 2010 nicht erreicht wird, kann der Bundesrat frühestens 2004 eine CO₂-Abgabe einführen. Der Abgabesatz ist vom Parlament zu genehmigen. Je mehr EnergieSchweiz mit freiwilligen Massnahmen, Anreizen und Vorschriften erreicht, desto tiefer die erforderliche CO₂-Abgabe.

Die Reduktion der globalen CO₂-Emissionen ist vor dem Hintergrund der Klimaveränderungen eine Notwendigkeit: Die Industriestaaten – und dazu gehört auch die Schweiz – weisen 3- bis 4-mal höhere CO₂-Emissionen pro Kopf der Bevölkerung auf als die Entwicklungsländer.

Das CO₂-Gesetz ist bereits sehr flexibel ausgestaltet. Es setzt auf Freiwilligkeit, d.h. auf das Programm EnergieSchweiz. Falls eine Abgabe kommt, würde diese differenziert ansetzen, indem sie nur die tatsächlichen Emissionen belastet. Die Einnahmen gehen nicht in die

Die Produkte der Dachkommunikation

Die von der Marketinggruppe von EnergieSchweiz vorgesehene Dachkommunikation setzt klare Prioritäten. Nicht alles, was im Bereich Kommunikation unter Energie 2000 realisiert wurde, ist notwendig und wünschbar, nicht alles was wünschbar ist, ist – angesichts der knappen Mittel – realisierbar. Vielmehr geht es darum, die wichtigsten Elemente im Rahmen einer Gesamtstrategie festzulegen und umzusetzen. Die Kommunikationsmassnahmen der Partner schliessen sich daran koordiniert an.

Für die Jahre 2001 und 2002 sind folgende Massnahmen und Instrumente vorgesehen:

- Newsletter: Der Mail-Newsletter (6-8 Mal pro Jahr) ist das Kommunikationsinstrument für alle direkt Beteiligten von EnergieSchweiz. Via Newsletter wird das Fachpublikum auf effiziente Weise über EnergieSchweiz informiert.
- Seminare und Tagungen: Ziel ist der Informationsaustausch auf verschiedenen Kommunikationsebenen.
- EnergieExtra: EnergieSchweiz hat im EnergieExtra des BFE einen profilierten Auftritt. Die Zeitschrift informiert regelmässig über EnergieSchweiz. Ziel ist es, verständliche und journalistisch attraktive Informationen an die interessierte Bevölkerung weiterzugeben.
- Die Image Borschüre gibt einem breiten Publikum und den Akteuren einen Überblick über EnergieSchweiz.
- Der Folder Energie-Schweiz spricht die breite Bevölkerung an und wird an Ausstellungen, Aktionen etc. verteilt. Die Fassung, welche für den Start von EnergieSchweiz konzipiert wurde, wird auf Ende 2001 durch ein ähnliches Produkt ersetzt.
- Internet EnergieSchweiz: EnergieSchweiz hat einen eigenständigen Auftritt im Rahmen der BFE-Hompage. Dieser ist für das breite Publikum und für Interessierte konzipiert.
- Ausstellungen: EnergieSchweiz sorgt für attraktive Präsenz an Fach- und Publikumsausstellungen. Das Energy Roulette ist bereits überarbeitet und auf EnergieSchweiz abgestimmt. Dazu kommen weitere Produkte für Ausstellungen (Muster-Ausstellungsstand, Informationsstellwände).
- Für Vorträge, Präsentationen und Vortragende wird ein einheitliches Folienset erstellt.
- Nach Bedarf finden Schwerpunkt-Events von EnergieSchweiz statt. Diese werden auf das breite Publikum und die Medien ausgerichtet.
- Medienauftritte: Mindestens 2-mal pro Jahr soll EnergieSchweiz im Rahmen der Dachkommunikation in den Medien auftreten. Anlass sind spezielle politische Ereignisse oder die Information zu Resultaten, speziellen Aktionen etc. von EnergieSchweiz.

Reizthema Sponsoring

Im Bereich der öffentlichen Hand ist Sponsoring ein Thema und wird immer häufiger angewendet. Das Sponsoring von EnergieSchweiz durch Dritte (Wirtschaft, Dienstleister, Institutionen, etc.) wird sorgfältig und professionell angegangen. Im Idealfall hat Sponsoring Vorteile, denn erstens können mit Partnerschaften Projekte von

Bundeskasse, sondern werden pro Kopf der Bevölkerung und an die Wirtschaft gemäss AHV-Beiträgen zurückbezahlt. So profitieren all jene, welche mit der Energie sparsam umgehen. Es würden also alle belohnt, welche treib- und brennstoffsparende Technologien einsetzen und damit weniger CO₂ produzieren. 2

Strategiegruppe setzt Leitplanken

Die Strategiegruppe von EnergieSchweiz hat an ihrer Sitzung vom 26. April 2001 folgende Entscheide getroffen:

Die Marketing-Strategie wurde verabschiedet. Sie legt fest, dass EnergieSchweiz die Anstrengungen vorwiegend auf das Zielpublikum "Investoren, Besteller und Käufer" ausrichtet und erst in zweiter Linie auf die "Nutzer und Betreiber". Die Prioritäten liegen für die fossilen Energieträger bei den Käufern von Motorfahrzeugen und bei den Investoren und Käufern von Wohngebäuden, für die Elektrizität bei den Investoren und Bestellern von Prozess- und Produktionsanlagen und den Käufern von Haushalt- und Bürogeräten. Weiter wurde die Label-Strategie zur Kenntnis genommen.

Die Grundsätze der Kommunikations-Strategie wurden festgelegt. Vorerst ist schwergewichtig im BFE und UVEK als Drehscheibe eine "EnergieSchweiz-Kultur" zu schaffen. Parallel dazu sind die Partner von EnergieSchweiz als Multiplikatoren gezielt anzusprechen. Bei der breiten Bevölkerung ist in Anbetracht der beschränkten Mittel eine flächendeckende Kampagne nicht möglich und dabei ein segmentweises Vorgehen noch zu prüfen. Vor der Feinabstimmung der einzusetzenden Kommunikationsmittel sind die Budgetfragen zu klären. Es soll ein Sponsoring-Pool aufgebaut werden. Weitere Details zur Kommunikationsstrategie können dem separaten Beitrag in dieser Nummer entnommen werden.

Das Programm für die Aus- und Weiterbildung 2001-2003 wurde gut-

EnergieSchweiz finanziert werden, und zweitens können Sponsoren in einem spezifischen Publikumssegment zur Weiterverbreitung der Marke "EnergieSchweiz" beitragen.

Sektor Wirtschaft

Der Sektor Wirtschaft umfasst

- den Marktbereich Industrie & Dienstleistungen, der das Gewerbe einschliesst,
- den Marktbereich Elektrogeräte mit den Haushaltsgeräten sowie der Unterhaltungs- und Büroelektronik als Schwerpunkte,
- und den Technologiebereich Elektrizität (Querschnittstechnologie, die organisatorisch im Sektor Wirtschaft angesiedelt ist) mit den Forschungsschwerpunkten Hochtemperatur-Supraleitung, Verteilnetze, Elektromotoren/-antriebe und Informations-/Kommunikationstechnik.

Marktbereich Industrie & Dienstleistungen

Dieser Marktbereich umfasst die industriellen und gewerblichen Grossverbraucher, die grossen Dienstleistungsunternehmen und die KMU (kleine und mittlere Unternehmen), die zusammen in der Schweiz, ohne den Verkehr einzurechnen, für rund 30% des Wärme- und 60% des Elektrizitätsverbrauchs verantwortlich sind. Verhandlungspartner für EnergieSchweiz ist eine Vielzahl an Branchenverbänden, die zum einen Teil ähnlich strukturierte und produzierende Unternehmen vertreten (homogene Gruppierungen wie Zementproduzenten, Käsereien oder Banken) und zum anderen Teil stark unterschiedliche Unternehmungen zusammenfassen (heterogene Gruppierungen wie das Bau- und Maschinengewerbe oder Regionalverbände). Vom Standpunkt des Interesses, freiwillig energieeinsparende Investitionen zu tätigen, muss zwischen den Grossverbrauchern und den Kleinverbrauchern unterschieden werden. Während erstere direkt ein vitales Interesse haben, ihre hohen Energiekosten zu senken, sind die anderen ohne zusätzliche Anreize nicht oder kaum zu freiwilligen Massnahmen zu bewegen.

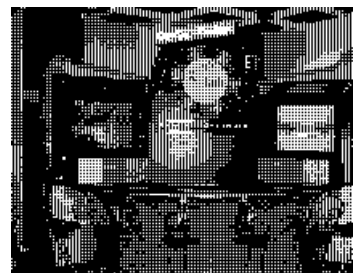
Mit der im letzten Jahr gegründeten Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) laufen zur Zeit Verhandlungen zur Übernahme von Aufgaben gemäss Energiegesetz. Die bisherigen Aktivitäten bei Gross- und Kleinverbrauchern (Ressorts Industrie, Dienstleistungen und Gewerbe) sollen unter dem Dach dieser Agentur weitergeführt und mit Eigenleistungen der Wirtschaft verstärkt werden. Gleichzeitig will die EnAW die Koordinationsstelle für Vereinbarungen zur Reduktion des CO₂-Ausstosses gemäss CO₂-Gesetz sein. Vorgängig zur Inkraftsetzung einer CO₂-Verordnung bereitet nun das BUWAL eine Richtlinie über Zielvereinbarungen und Selbstverpflichtungen vor, die es den Unternehmen erleichtern soll, ihre Bemühungen zur verbesserten Energieeffizienz bis zum Vorliegen

geheissen. Erste Priorität hat weiterhin die Energieeffizienz von Gebäuden und deren Systeme, inkl. Nutzung erneuerbarer Energien. Zudem sind die Schwerpunkte, soweit dies neue Schulungen und Kurse betrifft, auf die Weiterbildung von Planern, Ausführenden und Betreibern dieser Anlagen ausgerichtet. Bei der Erstausbildung beschränken sich die Aktivitäten auf den Support der Lehrkräfte durch neue Lehr- und Unterrichtsmittel.

Die Strategie der Kantone im Rahmen von EnergieSchweiz wurde mit Befriedigung zur Kenntnis genommen. Die Kantone fokussieren sich auf den Gebäudebereich. Die Senkung des Energiebedarfs sowie der Einsatz erneuerbarer Energietechnologien und der Abwärmenutzung sind die Prioritäten.

Hoher Besuch am EnergieSchweiz-Stand an der MUBA in Basel

Vor Ort orientierte sich Bundesrätin Ruth Metzler am Eröffnungstag der MUBA über das Programm EnergieSchweiz. Ebenso liess sie es sich im Anschluss daran nicht nehmen, mit viel Schwung und Begeisterung am Energy Roulette 20 Sekunden lang selber Energie zu erzeugen.



der Verordnung auszuweisen. Gemäss Vereinbarung mit dem BUWAL ist das BFE für den Vollzug des CO₂-Gesetzes zuständig.

Für Grossverbraucher wurde im Rahmen von Energie 2000 das Energiemodell Schweiz entwickelt, das auch im Programm EnergieSchweiz eines der wichtigsten Instrumente sein wird. Interessierte Unternehmen bilden Unternehmensgruppen, die gemeinsam nach Möglichkeiten der Energieeinsparung suchen. Damit erfolgt – anfänglich mit Unterstützung von EnergieSchweiz – ein Austausch an Know-how, von dem alle teilnehmenden Unternehmen profitieren können. Der Anreiz zu diesem Vorgehen liegt vorwiegend in den eingesparten Energiekosten aber natürlich auch zusätzlich im Vermeiden einer allfälligen CO₂-Abgabe.

Für Kleinverbraucher wurde kürzlich ein Benchmarkmodell entwickelt, das es Gruppierungen ermöglicht, sich für ein gemeinsames Energieeinsparziel zu einigen. Damit wird es auch Kleinverbrauchern ermöglicht, sich als Gruppe um die Befreiung von der CO₂-Abgabe zu bemühen.

Marktbereich Elektrogeräte

Der Elektrizitätsverbrauch nimmt in der Schweiz weiterhin stark zu. Dabei macht allein der Verbrauchsanteil in Haushalten rund 30% aus. Schon daraus ist ersichtlich, dass dem Potenzial an Energieeinsparungen bei und im Umgang mit Haushaltsgeräten sowie der Unterhaltungs- und Büroelektronik eine grosse Bedeutung beizumessen ist.

Beim Analysieren der Möglichkeiten, im Sinn von EnergieSchweiz eine Wirkung zu erzielen, trifft man auf drei unterschiedliche Potenzialfelder. Zum ersten sind es die Produzenten und Importeure, die zur Produktion und Bevorzugung energieeffizienter Geräte zu bewegen sind. Da diese internationalen Unternehmen nicht gewillt sind, ihre Produkte länderspezifisch anzupassen – und insbesondere dann nicht, wenn es sich um einen kleinen Teilmarkt wie die Schweiz handelt – sind Anforderungen an eingeführte Geräte international abzustimmen. Als Instrument bietet sich das Verordnen von Warendeklarationen an, die es dem Käufer ermöglichen, mit einem Blick zu erkennen, ob ein Gerät im energetischen Sinn gut oder schlecht ist. Eine ähnliche Wirkung haben Qualitätsauszeichnungen, die nur den besten Geräten verliehen werden.

Zum zweiten sind es die Händler, die dazu angeregt werden müssen, die Vorteile von energieeffizienten Geräten besonders hervorzuheben. Hierfür bieten sich ebenfalls Warendeklarationen und Qualitätsauszeichnungen an.

Zum dritten sind es die Käufer und Nutzer, die in ihrem Kaufverhalten und insbesondere im Nutzerverhalten zu beeinflussen sind. Es nützt wenig, ein energieeffizientes Gerät zu kaufen und dieses dann auch bei Nichtgebrauch laufen zu lassen. Allein der Ruhestrom aller Geräte in der Schweiz verschlingt enorme Mengen an Energie. Durch gezielte Information der KonsumentInnen soll die Nachfrage nach "guten" Geräten erhöht und der richtige Gebrauch gefördert werden.

Kalender EnergieSchweiz

12.-15.06.01

Gemeinde

Schweiz. Fachmesse für öffentliche Betriebe und Verwaltungen, Bern

13.06.01

Tagung "Gemeinden, Energiestädte und Klimaveränderungen", Bern

13.06.01

Fachtagung "Neu Bauen statt Sanieren?", Bern

15.06.01

Kommunikationsseminar

03.-04.10.01

CISBAT 2001, Sonnenenergie und Bauwesen, Lausanne

25.-27.10.01

Messe für erneuerbare Energien, Zürich

08.-11.11.01

Hausbau- und Minergie-Messe, Bern

EnergieSchweiz setzt einerseits auf die Warendeklaration gemäss EU-Regelung und auf die Geräteauszeichnung der GEA (Group for Efficient Appliances, die acht europäische Länder vereinigt). Eine entsprechende Verordnung soll dieses Jahr in Kraft gesetzt werden. Andererseits wird die Nachfrage nach effizienten Geräten gezielt gefördert, indem mit Hilfe der Instrumente und Netzwerke von Konsumentenorganisationen die Käufer sensibilisiert werden. Wie gross die Macht des Kunden sein kann, zeigt sich zum Beispiel bei der Angebots- und Nachfrageentwicklung von Bio-Produkten.

Auf Seite der Wirtschaft hat sich die Energie-Agentur Elektrogeräte (eae) gebildet, die als Partner von EnergieSchweiz Projekte abwickeln will. Einige vielversprechende Projekte sind in Verhandlung, und es ist zu hoffen, dass bald entsprechende Verträge unterzeichnet werden. Auf Seite der Konsumentenorganisationen sind ebenfalls intensive Gespräche im Gang. Eines der geförderten Instrumente ist zum Beispiel die Internet-Information www.topten.ch.

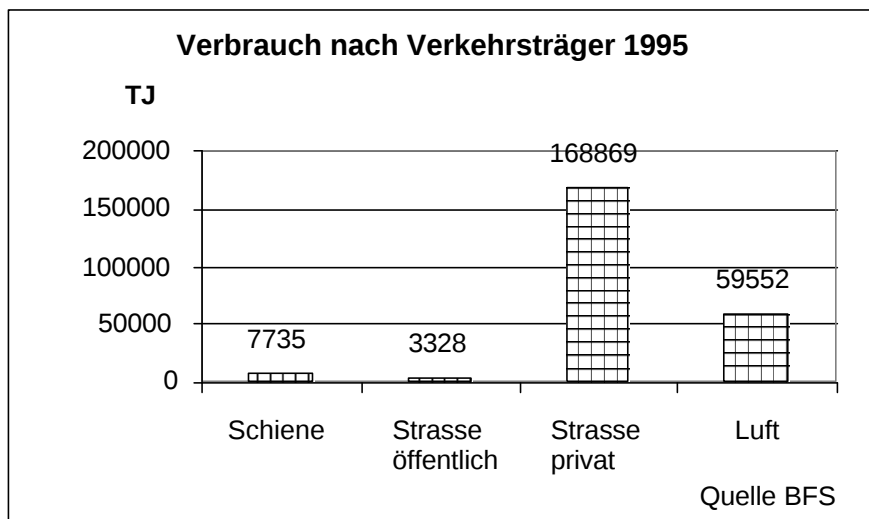
Technologiebereich Elektrizität

Das BFE unterstützt die Forschung und Entwicklung zur Verbesserung der Energieeffizienz von Elektrogeräten. Dabei müssen in einem breiten Spektrum an Möglichkeiten Schwerpunkte gebildet werden. Zur Zeit konzentrieren sich die Projekte auf die Bereiche Elektrische Speicherung, Hochtemperatur-Supraleitung, Verteilnetze, Motoren/Antriebe und Informations-/Kommunikationstechnik.

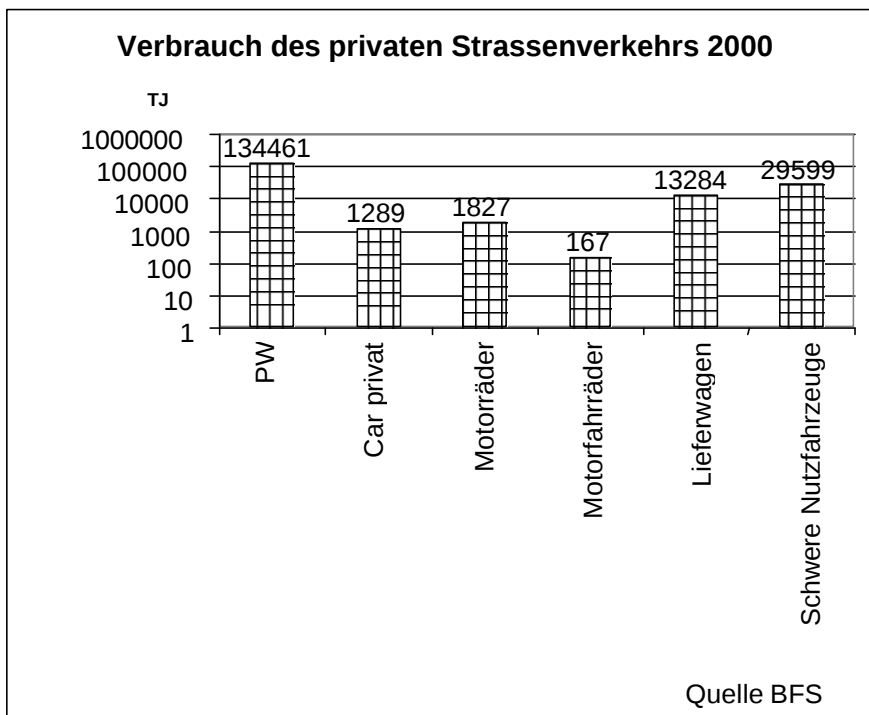
Sektor Mobilität

In der Schweiz wird ein Drittel der Gesamtenergie durch den Verkehr verbraucht. Beim CO₂-Ausstoss macht der Anteil des Verkehrs rund 40 Prozent aus. Der Technologiefortschritt hat es zwar ermöglicht, die Fahrzeugmotoren um einiges effizienter zu machen, doch die Anzahl Fahrzeuge und die Ansprüche an den Fahrkomfort und die Sicherheit sind derart gestiegen, dass der Treibstoffverbrauch und damit auch der CO₂-Ausstoss immer noch zunimmt. Gemäss Klimakonvention sollte dieser aber abnehmen oder wenigstens stabil bleiben.

Mit einem Anteil von einem Drittel am Energieverbrauch stellt der Verkehr die grösste Verbrauchergruppe in der Schweiz dar. Dieser Verbrauch geht dabei wie folgt zu Lasten der einzelnen Verkehrsträger:



Der Verbrauch des privaten Strassenverkehrs teilt sich dabei wie folgt auf:



Der Sektor Mobilität umfasst

- den Marktbereich Mobilität, der vorwiegend das Verhalten der Bevölkerung hinsichtlich einer energieeffizienten Mobilität beeinflussen will
- und den Technologiebereich Verkehr, der die Technologie und das daraus mögliche Verkehrsangebote verbessern will.

Marktbereich Mobilität

Die Energieverordnung verlangt, dass der durchschnittliche spezifische Treibstoffverbrauch der Neuwagenflotte Ende 2001 bezogen auf das Jahr 1996 um 15% geringer sein soll. Wird dies auf freiwilliger Basis nicht erreicht, kann der Bund weitergehende Vorschriften erlassen. Da das Ziel mit grösster Wahrscheinlichkeit nicht erreicht wird, bereitet das BFE solche Vorschriften vor. Als erster Schritt steht

eine obligatorische Warendeklaration mit Gütekategorien über den Energieverbrauch von Motorfahrzeugen im Vordergrund, ähnlich wie es bei den Haushaltsgeräten vorgesehen ist. Damit soll die Transparenz für die Kundschaft verbessert werden. Der Käufer kann so auf einen Blick feststellen, wie es um die Energieeffizienz seines Lieblingsfahrzeugs im Vergleich zum Durchschnitt steht. Als weitergehende Verbrauchsvorschrift ist ein Verbot der schlechtesten Modelle oder auch ein Verteuern wenig effizienter Modelle zu Gunsten einer Verbilligung energieeffizienter Modelle (Bonus-Malus-System) vorstellbar. Die entsprechenden Vorbereitungen wurden an die Hand genommen.

Auch in der Mobilität wird das Angebot vorwiegend durch die Nachfrage beeinflusst. EnergieSchweiz setzt darum gezielt auf die Beeinflussung des Verhaltens. Einerseits soll das Fahrverhalten der Lenker verbessert werden. Mit Hilfe von Eco-Drive®-Kursen kann ein Autofahrer seinen Fahrstil derart verändern, dass er bei gleicher Leistung eine merkliche Reduktion des Treibstoffverbrauchs erreicht, was sich auch in seinem Portemonnaie bemerkbar macht. Andererseits soll die Bevölkerung auch im Reiseverhalten bewusster werden. Durch ein verbessertes Angebot des kombinierten Verkehrs (Mobilstationen an Bahnhöfen, die eine verbesserte Kombination von individual und öffentlichen Verkehr im Alltag und in den Ferien ermöglichen) soll ihm dies erleichtert werden. Auch Projekte im Langsamverkehr (Flanierzonen, Velos, Elektrovelos, SchweizMobil) sollen gefördert werden. Mit gezielter Öffentlichkeitsarbeit (Information, Ausstellungen, Demonstrationen und Versuchsfahrten) sollen ausserdem Motorfahrzeugbesitzer auf den Geschmack für energieeffiziente Fahrzeuge gebracht werden.

Technologiebereich Verkehr

Die Schweiz hat sich in den letzten Jahren mit einer Vielzahl an Innovationen einen Namen gemacht und eine starke Zulieferindustrie aufgebaut. Jährlich werden die Fahrzeugproduzenten mit Schweizerprodukten im Wert von mehreren Milliarden Franken beliefert. Entwicklungen, die der Energieeffizienz dienen, werden vom BFE gezielt gefördert. Hierzu gehört der Fahrzeug-Leichtbau, verbesserte Antriebssysteme sowie Verbesserungen bei der elektrischen Speicherung (Batterien). Aber auch ganze Systeme für den Personentransport, die den Einsatz energieeffizienter Fahrzeuge ermöglichen oder erleichtern, werden gefördert.

Insbesondere beim Hauptverbraucher, dem Individualverkehr erforscht und erprobt der Technologiebereich Verkehr mit seinen Forschungs-, Pilot- und Demonstrationsprogrammen Ansätze und Massnahmen zur Absenkung des Energieverbrauchs. Zusatzziele und Themen, die bei der Ausrichtung der Programme berücksichtigt werden, sind selbstverständlich auch die Reduktion der Umweltbelastung inklusive Lärm, Sicherheit, Industriestandort Schweiz sowie Chancen für Bildung und Wissenschaft. Eine Verringerung des Energieverbrauchs beim Individualverkehr kann technologisch vor allem mit leichteren und kleineren Fahrzeugen sowie mit effizienteren Antriebsketten erreicht werden.

Kontakte & Informationen zu EnergieSchweiz

Informationen, Daten und Fakten zu EnergieSchweiz erhalten Sie beim
Bundesamt für Energie BFE, 3003 Bern,
www.energie-schweiz.ch

Gerne erteilen wir Ihnen auch telefonische Auskünfte.

Hotline EnergieSchweiz:

Telefon 031 323 22 44, Fax 031 323 25 10;

E-mail: office@bfe.admin.ch