

März 2003

Agentur für erneuerbare Energien und Energieeffizienz AEE

Jahresbericht 2002

Autoren:

David Stickelberger, Co-Geschäftsführer

Dr. Arthur Wellinger, Co-Geschäftsführer

Inhaltsverzeichnis

1	<u>Zusammenfassung</u>	5
1.1	<u>Beurteilung der Zielerreichung und Problemanalyse</u>	5
1.1.1	<u>Verbesserung der Rahmenbedingungen</u>	5
1.1.2	<u>Dachmarketing</u>	6
1.1.3	<u>Koordination der Netzwerke</u>	6
1.1.4	<u>Zusatzprojekte</u>	6
1.2	<u>Ausblick Schwerpunkte 2003</u>	7
2	<u>Quantitative Beurteilung der Zielerreichung</u>	7
2.1	<u>Dachmarketing allgemein</u>	7
2.1.1	<u>Informations-/Öffentlichkeitsarbeit</u>	7
2.1.2	<u>Grundlagenmaterial</u>	7
2.2	<u>Dachmarketing Ökostrom</u>	7
2.2.1	<u>Informations-/Öffentlichkeitsarbeit</u>	7
2.2.2	<u>Weiterbildung</u>	8
2.2.3	<u>Beratung</u>	8
2.2.4	<u>Arbeitshilfsmittel</u>	8
2.2.5	<u>Grundlagenmaterial</u>	8
2.2.6	<u>Qualitätssicherung</u>	9
2.3	<u>Aus- und Weiterbildung</u>	9
2.4	<u>Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz, Kantonen und weiteren Akteuren</u>	9
2.5	<u>Koordination Netzwerke, Mitglieder und Organe</u>	9
2.6	<u>Rahmenbedingungen</u>	9
2.7	<u>Zertifikate erneuerbare Energien</u>	9
2.8	<u>Tagung „Wald als Senke“</u>	10
2.9	<u>CO₂-Killer</u>	10
2.9.1	<u>Informations-/Öffentlichkeitsarbeit</u>	10
2.10	<u>Sanierungsmarkt Tessin</u>	10
2.11	<u>Übersetzung wichtiger Publikationen</u>	10
2.12	<u>Sondernummer Hochparterre</u>	10
3	<u>Beurteilung der Aktivitäten</u>	11
3.1	<u>Dachmarketing Erneuerbare Energien</u>	11
3.1.1	<u>Generelle Projektbeurteilung</u>	11
3.1.2	<u>Massnahmen</u>	11
3.2	<u>Dachmarketing Ökostrom und „Ökostromland“</u>	12
3.2.1	<u>Generelle Projektbeurteilung</u>	12
3.2.2	<u>Massnahmen</u>	12
3.3	<u>Aus- und Weiterbildung</u>	13
3.4	<u>Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz, Kantonen und weiteren Akteuren</u>	14
3.5	<u>Koordination Netzwerke, Mitglieder und Organe</u>	14
3.6	<u>Rahmenbedingungen</u>	15
3.7	<u>Zertifikate erneuerbare Energien</u>	15
3.8	<u>Tagung „Wald als CO₂-Senke“</u>	15
3.9	<u>CO₂-Killer</u>	16
3.10	<u>Sanierungsmarkt Tessin</u>	16
3.11	<u>Übersetzung wichtiger Publikationen</u>	16
3.12	<u>Sondernummer Hochparterre</u>	16
4	<u>Ausblick</u>	17
4.1	<u>Zukünftige Schwerpunkte der AEE</u>	17

4.1.1	Überdachendes Marketing	17
4.1.2	Rahmenbedingungen	17
4.1.3	Koordination der Netzwerke	17
4.1.4	Förderung nachhaltiger Treibstoffe	17
5	Kontaktadressen	18
5.1	Projektpartner der AEE 2002	18
5.2	Aussenstellen der AEE	18

1 Zusammenfassung

1.1 Beurteilung der Zielerreichung und Problemanalyse

Die Generalversammlung der AEE hat Ende 2001 die Aufgaben der AEE neu definiert. Infolgedessen konzentrierte sich die AEE im Jahr 2002 auf die drei Hauptaufgaben

- Verbesserung der Rahmenbedingungen
- überdachendes Marketing
- Koordination der Netzwerke

Dank des von den eidgenössischen Räten beschlossenen Zusatzkredits von 2 Millionen Franken für indirekte Massnahmen konnten die Aktivitäten der AEE deutlich ausgeweitet werden.

1.1.1 Verbesserung der Rahmenbedingungen

Im Zentrum des Interesses stand die Einführung des Elektrizitätsmarktgesetzes. Die darin enthaltenen Fördermassnahmen für Strom aus erneuerbaren Quellen hätten die Situation für Ökostrom massgeblich verbessert. Die AEE und ihre Partner betrieben intensive Informationsarbeit – leider wurde das EMG dennoch abgelehnt. Die Situation für Ökostrom in der Schweiz wird dadurch nicht einfacher.



Presse- und Parlamentarierfahrt der AEE vom 16. August 2002. Die Präsidentin, Nationalrätin Regine Aeppli, gibt ein Interview in der Holzheizzentrale der Burgergemeinde Steffisburg.

Als Ergänzung oder Alternative zum Elektrizitätsmarktgesetz wurde der Handel mit Ökostromzertifikaten weiterverfolgt. Gemeinsam mit RECS Schweiz konnte die AEE einen wichtigen Beitrag zur Etablierung des Zertifikatshandels auch in der Schweiz leisten.

Ein weiterer Schwerpunkt bildete die Information der eidgenössischen ParlamentarierInnen über die Belange der erneuerbaren Energien. Dies geschah in Form von persönlichen Gesprächen, insbesondere aber mittels eines Informationsapéros und einer Parlamentarier- und Pressefahrt. Verschiedene PolitikerInnen konnten als Mitglieder gewonnen werden.

Eine wichtige Rahmenbedingung für die Entwicklung der erneuerbaren Energien ist die konsequente Umsetzung des CO₂-Gesetzes. Die AEE hat deshalb mit weiteren Partnern eine Tagung zum Thema CO₂-Senken im Januar 03 vorbereitet, um zu dieser kontroversen Frage rechtzeitig Zeichen setzen zu können.

1.1.2 Dachmarketing

Die von der AEE betriebene Website www.erneuerbar.ch konnte als Eingangspforte für alle erneuerbaren Energien etabliert werden.

Der Schwerpunkt des Dachmarketings im Berichtsjahr bildete das Thema Ökostrom. Ein Highlight war die Ökostrom-Arena vom Juli 2002, die sich hauptsächlich an kleine und mittlere Elektrizitätswerke aus der Deutschschweiz richtete.

1.1.3 Koordination der Netzwerke

Gut etabliert hat sich die Institution der Netzwerkkonferenz, die von der AEE moderiert wird.

Als Unterstützung für die Netzwerke war vorgesehen, dass die AEE eine Türöffner- und Moderatorenfunktion bei den Kantonen (Gebäude) und bei anderen Sektoren von EnergieSchweiz übernimmt. Ziel war die Mitfinanzierung von Projekten. Es zeigte sich, dass der Wille zur Zusammenarbeit bei den angesprochenen Akteuren noch gering ist.

1.1.4 Zusatzprojekte

Auf Wunsch der Netzwerkkonferenz wurden folgende Schwerpunkte gesetzt:

- Förderung des Ökostroms (als Verstärkung der oben genannten Aktivitäten)
- Förderung des Einsatzes erneuerbarer Energien bei Heizungssanierungen
- Verstärkung der Aktivitäten in den französisch- und italienischsprachigen Landesteilen.
- Publikation einer Hochparterre-Sondernummer zum Einsatz erneuerbarer Energien

Mit dem Projekt CO₂-Killer wurden neue Wege zur Aktivierung der Installateure als Vermittler bei Heizungssanierungen beschritten – eine Berufsgruppe, die nicht leicht für neue Aktivitäten zu gewinnen ist..

Die zusätzliche Förderung des Ökostroms war erfolgreich. Unter anderem steht nun auf www.erneuerbar.ch eine Karte mit Ökostrom-Angeboten zur Verfügung.

In der französischsprachigen Schweiz wurden die Messeauftritte der erneuerbaren Energien verbessert. Die AEE nimmt nicht selbst an Messen teil, sondern überlässt diese Tätigkeit ihren Mitgliedern. Mit dem Zusatzkredit konnte die bewährte Zusammenarbeit der Netzwerke bei Habitat et Jardin verbessert werden. Das Mitglied SSES kann nun dank der AEE-Unterstützung auch in diesem Landesteil an regionalen Messen mit einem neuen Stand die erneuerbaren Energien vertreten.

Mit der Sondernummer der Zeitschrift Hochparterre in Deutsch und Französisch konnte die wichtige Zielgruppe der Architekten von den Vorteilen der erneuerbaren Energien überzeugt werden.

1.2 Ausblick Schwerpunkte 2003

Im Zentrum der überdachenden Marketingaktivitäten im 2003 steht die Förderung nachhaltiger Treibstoffe. Bewährte Aktivitäten zur Förderung von Ökostrom werden weitergeführt, resp. für die Romandie adaptiert. Auf Wunsch der Netzwerkkonferenz wird ein gemeinsamer Newsletter für alle erneuerbaren Energien erarbeitet und herausgegeben.

Im Bereich der Rahmenbedingungen stehen die Umsetzung des CO₂-Gesetzes und die kontinuierliche Förderung der erneuerbaren Energien im Vordergrund.

Die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren von EnergieSchweiz soll intensiviert werden. Als gemeinsame Plattform ist eine Leistungsschau im Juni 2003 vorgesehen.

2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

2.1 Dachmarketing allgemein

2.1.1 Informations-/Öffentlichkeitsarbeit

www.erneuerbar.ch: Durchschnittliche Anzahl Requests pro Tag: 511; Total 2002: 183'502; Anzahl Visits: 11'256

2.1.2 Grundlagenmaterial

Name des Grundlagenmaterials:

Grundlagenmaterial für Kommunikation

In welcher Auflage wurde Ihr Grundlagenmaterial produziert?

23'400

Geplante Anzahl: **4000**

Im Vertrag haben Sie angegeben, dass in folgenden Sprachen produziert wird:

deutsch französisch italienisch

Bitte geben Sie die Anzahl hergestellte Exemplare pro Sprache an:

deutsch	14000
französisch	7200
italienisch	2200

2.2 Dachmarketing Ökostrom

2.2.1 Informations-/Öffentlichkeitsarbeit

Kampagne

Erfolgskriterium: **Anz. retournierte Antwort-Coupons während Projektdauer**

In welchem Umfang haben Sie während des ganzen Berichtjahres das Informationsangebot auf den Markt gebracht? (Auflage/Gedruckt... usw.)

5'500

Was ist die effektiv erreichte Nachfrage nach der Info Leistung während des ganzen Berichtjahres (Verkauft/Verteilt/Besucht... usw.)

3'400

Seiten "Ökostromland" auf www.erneuerbar.ch:

Durchschnittliche Anzahl Requests pro Tag: 100

Beobachtungszeit 2002 (Aug.- Dez.): 10'030

Anzahl Visits: 417

MedienarbeitErfolgskriterium: **Anz. Medienberichte während Projektdauer**

In welchem Umfang haben Sie während des ganzen Berichtjahres das Informationsangebot auf den Markt gebracht? (Auflage/Gedruckt... usw.)

350

Was ist die effektiv erreichte Nachfrage nach der Info Leistung während des ganzen Berichtjahres (Verkauft/Verteilt/Besucht... usw.)

15

2.2.2 WeiterbildungName des Weiterbildungsangebot: **Ökostrom-Arena**Art der Veranstaltung: **andere: Informationsveranstaltung für EVU's**

Wieviele der von Ihnen geplanten Veranstaltungen/Kurse konnten Sie im Berichtsjahr durchführen?

1

Geplante Anzahl Veranstaltungen: **1**

Wieviele Teilnehmer besuchten im Berichtsjahr insgesamt Ihre Veranstaltung(en)?

70

2.2.3 Beratung

Name des Arbeitshilfsmittels:

InfoSet für EVUs

Art des Arbeitshilfsmittels:

• Dokumentation

In welcher Anzahl wurde das Hilfsmittel im Berichtsjahr am Markt angeboten?

130

Geplante Anzahl: **100 während Projektdauer**

Wie oft wurde Ihr Hilfsmittel im Berichtsjahr am Markt nachgefragt/verkauft?

105

2.2.4 Arbeitshilfsmittel**2.2.5 Grundlagenmaterial****• Kurzberatung / Information**

Wieviele Beratungen haben Sie im Berichtsjahr durchgeführt?

10

Geplante Anzahl Veranstaltungen: **12**

Dauer pro Beratung (Mittelwert):

45 min

Geplante Dauer (Mittelwert): **60 min**

Name des Grundlagenmaterials:

Ökostrom-Letter

In welcher Auflage wurde Ihr Grundlagenmaterial produziert?

14'500

Geplante Anzahl: **10000**

Im Vertrag haben Sie angegeben, dass in folgenden Sprachen produziert wird:

deutsch französisch

Bitte geben Sie die Anzahl hergestellte Exemplare pro Sprache an:

deutsch

12500

französisch

2000

Name der Massnahme: **Umfrage Angebot Ökostrom**

Wie häufig wurde Ihr Angebot im Berichtsjahr angefordert?

180

Geplante Anzahl: **100 während Projektdauer**

2.2.6 Qualitätssicherung

2.3 Aus- und Weiterbildung

Von 10 geplanten Veranstaltungen konnte im Berichtsjahr nur eine durchgeführt werden.

2.4 Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz, Kantonen und weiteren Akteuren

Ca. 50 durchgeführte Kontakte mit Partnern und Akteuren von EnergieSchweiz. Vier Vorträge an Konferenzen der EnFS.

2.5 Koordination Netzwerke, Mitglieder und Organe

1 neue Organisation als Mitglied, eine weitere Organisation tritt im 2003 bei.

2.6 Rahmenbedingungen

Es wurden 12 Tage der offenen Tür durchgeführt (im Sinne eines Leistungsbeweises) mit insgesamt 1'700 Besuchern. An jedem Ort waren Pressevertreter präsent und haben in den Lokalzeitungen im Vorfeld (14 Artikel) und nach der Veranstaltung (5) berichtet. Zudem kam ein längerer Beitrag im Tessiner Radio und im Tessiner Fernsehen. Die nationale Pressekonferenz ist in allen grösseren Zeitungen erwähnt worden (8).

2.7 Zertifikate erneuerbare Energien

Die AEE hat geholfen, das Renewable Energy Certificate System (RECS) in der Schweiz zu gründen und zu etablieren. Das Netzwerk RECS-CH wird vom VUE geleitet und umfasst – neben der AEE – die 8 grössten Stromhändler der Schweiz. Bis jetzt sind in der Schweiz im sog. Pilotjahr 100'000 RECS-Zertifikate zu 1MWh ausgestellt worden.

Die Arbeiten an einem Zertifikat für Ökowärme führten bisher noch zu keinen Resultaten.

2.8 Tagung „Wald als Senke“

Im Berichtsjahr fanden die Vorbereitungen statt. Quantitative Auswertung im Jahr 2003

2.9 CO₂-Killer

2.9.1 Informations-/Öffentlichkeitsarbeit

Dokumentation

Erfolgskriterium: **Anz. vertriebene Dokumente während Projektdauer**

In welchem Umfang haben Sie während des ganzen Berichtjahres das Informationsangebot auf den Markt gebracht? (Auflage/Gedruckt... usw.) 5'000

Was ist die effektiv erreichte Nachfrage nach der Info Leistung während des ganzen Berichtjahres (Verkauft/Verteilt/Besucht... usw.) 150

Wettbewerb

Erfolgskriterium: **Anz. Auszeichnungen während Projektdauer**

In welchem Umfang haben Sie während des ganzen Berichtjahres das Informationsangebot auf den Markt gebracht? (Auflage/Gedruckt... usw.) 3

Was ist die effektiv erreichte Nachfrage nach der Info Leistung während des ganzen Berichtjahres (Verkauft/Verteilt/Besucht... usw.) 3

2.10 Sanierungsmarkt Tessin

Medienarbeit

Erfolgskriterium: **Anz. Fachartikel während Projektdauer**

In welchem Umfang haben Sie während des ganzen Berichtjahres das Informationsangebot auf den Markt gebracht? (Auflage/Gedruckt... usw.) 5'000

2.11 Übersetzung wichtiger Publikationen

Geplant waren 8 Messeauftritte mit dem französischsprachigen Stand der SSES. Aufgrund von Verzögerungen konnten im Berichtsjahr noch keine Auftritte verwirklicht werden.

2.12 Sondernummer Hochparterre

12'500 gedruckte Exemplare (deutsch und französisch)

3 Beurteilung der Aktivitäten

3.1 Dachmarketing Erneuerbare Energien

3.1.1 Generelle Projektbeurteilung

Für die Profilierung der erneuerbaren Energien im Markt wurden weitere Grundlagenmaterialien erarbeitet. Nachdem im Vorjahr die deutsche Fassung realisiert wurde, standen im Berichtsjahr die französischen und italienischen Versionen verschiedener Kommunikationsmittel im Vordergrund. Einige Print-Produkte mussten nachgedruckt werden. Der Einsatz erfolgt durch die AEE selbst, die beteiligten Netzwerke und teilweise durch Energie Schweiz. Damit konnte ein wichtiger Beitrag zur Meinungsbildung bei Entscheidungsträger und beim Publikum sowie zum einheitlichen Auftritt der erneuerbaren Energien im Rahmen von EnergieSchweiz geleistet werden.

Das Projekt konnte weitgehend gemäss Plan abgewickelt werden. Die Aufteilung der Mittel erfolgte gemäss den Vorgaben. Der finanzielle Rahmen musste nicht komplett ausgeschöpft werden.

Mehrkosten aufgrund höherer Aufwände für die Website und die Nachproduktion von Printprodukten konnten durch Verschiebungen bei der Medienarbeit aufgefangen werden. Zudem wurden die Arbeiten für die Information der EnAW-Moderatoren direkt von der AEE-Geschäftsstelle an die Hand genommen.

3.1.2 Massnahmen

a) Printprodukte

Leporello: Realisation der französischen und italienischen Versionen (je 2'200 Ex.).

Plakate: Realisation französischer und italienischer Version und Nachdruck französisch und deutsch. Einsatz an Messen und Veranstaltungen.

Steckbrief: Realisation eines AEE-Porträts. Abgabe an Medien, an Veranstaltungen und an potenzielle Mitglieder und Einsatz durch Netzwerke. Realisiert wurden 2'000 deutsch und 750 französisch.

b) Website / Medienarbeit / Inserate

Das Schwergewicht lag beim kompletten Ausbau der Website www.erneuerbar.ch und der laufenden Aktualisierung. Realisiert wurde die franz. und ital. Version. Zudem wurde die bisherige AEE-Website (www.aee.ch) aufgelöst, der Inhalt neu konzipiert und in die Website www.erneuerbar.ch integriert.

Auf diese Website machten wir mit Kleininseraten aufmerksam. Zudem haben wir den Netzwerken und weiteren Partnern Banners für die Aufschaltung auf ihrer eigenen Website zur Verfügung gestellt.

Unter dem Titel „Wir sind auch morgen da!“ informierten wir mit Presseartikeln über die Vorteile der erneuerbaren Energien.

c) Diverse Massnahmen

Interne Information: Die AEE-Mitglieder sowie die Partner wurden mit Rundbriefen über die Aktivitäten beim Dachmarketing auf dem Laufenden gehalten und motiviert, die vorhandenen Kommunikationsmittel einzusetzen.

Briefschaften: Mussten nachgedruckt werden.

3.2 Dachmarketing Ökostrom und „Ökostromland“

3.2.1 Generelle Projektbeurteilung

Das Schwergewicht der AEE-Marketingmassnahmen lag 2002 beim Ökostrom. Dank den finanziellen Beiträgen interessierter Netzwerke, des VUE und VSE konnte ein gutes Massnahmenpaket konzipiert und realisiert werden.

Kommuniziert wurde über verschiedene Kanäle (Print-Produkte, Veranstaltungen, Medien, Website und persönlich). Angesprochen wurden KonsumentInnen ebenso wie aktuelle und potenzielle Anbieter sowie Beeinflusser.

Ein Teil des Budgets floss in das Projekt Ökostrom-City, das gemeinsam mit „EnergieSchweiz für Gemeinden“ realisiert wurde. Dadurch konnten weitere Ressourcen für die Profilierung von Ökostrom erschlossen und wichtige Entscheidungsträger auf kommunaler Ebene angesprochen werden.

Das Projekt konnte weitgehend gemäss Plan abgewickelt und der finanzielle Rahmen eingehalten werden.

Ein grosser Teil der Massnahmen wurde auf die Zeit vor der EMG-Abstimmung terminiert. Damit konnte ein Beitrag zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades von Ökostrom und seines Potenzials geleistet werden.

3.2.2 Massnahmen

a) Printprodukte

Info-Set Ökostrom: Realisation eines umfassenden Basismittels mit Steckbriefen zu jedem Energieträger. 130 Ex. in deutsch. Erstmaliger Einsatz an der Ökostrom-Arena. Anschliessend bei der Vorgehensberatung, beim Medienkontakt, durch einzelne Netzwerke und via VSE.

Ökostromflyer: Nachdruck 2. Auflage französisch (2'000 Ex.).

Ökostrom- aktuell: Mit dieser 4-seitigen Publikation für Ökostrom-KundInnen informierten wir über Wissenswertes rund um die verschiedenen Ökostromarten, Rahmenbedingungen und das Label Naturmade. Verteilt via EVUs, Energiefachstellen und AEE wurden zwei Ausgaben mit total 6'500 Ex. resp. 8'000 Ex. in deutsch und französisch.

b) Umfrage

Die alljährliche Umfrage zum Stand des Ökostromangebotes in der Schweiz lieferte gute Grundlage für die Kommunikationsarbeit (Website, Information Entscheidungsträger/Anbieter, Medienarbeit, Vorträge). Die Teilnahmequote war hoch, so dass die Resultate ein realistisches Bild des Ökostromangebotes per Ende 2002 widerspiegeln.

145 EVUs hatten Stromprodukte aus Sonne, Wind, Wasser oder Biomasse im Angebot. Sie belieferten damit über 50'000 Kundinnen.

c) Ökostromland unter www.erneuerbar.ch

Erstmals wurden die Angebote für Ökostrom auf einer Schweizerkarte im Internet visualisiert. Die Nutzerinnen und Nutzer können die Angebot pro Kanton und Stromart abfragen.

d) Ökostrom-Arena

Die gemeinsame Veranstaltung von AEE und VSE war ein Erfolg, das Feedback sehr positiv. Geschätzt wurde die kompakte Informationsvermittlung. Erstmals traten alle Vertreter der verschiedenen Ökostromarten gemeinsam auf an einer Veranstaltung auf. Teilgenommen haben rund 50 VertreterInnen der Energiebranche.

e) Website / Medienarbeit

Wir haben den Inhalt und die Aktualisierung zum Teil Ökostrom der Website www.erneuerbar.ch über diesen Auftrag realisiert.

Mit drei Medieninformationen bedienten wir die Breitenpresse. Individuelle Berichterstattung über die Arena erfolgte im VSE-Bulletin, über Ökostrom-City zusätzlich im Kommunalmagazin.

f) Ökostrom-City

Finanziert und organisiert wurde dieses Projekt partnerschaftlich von AEE und „EnergieSchweiz für Gemeinden“. Am Wettbewerb „Ökostrom-City“ konnten alle Energiestädte teilnehmen. Bewertet wurde das Engagement für Ökostrom (Einkauf Ökostrom und/oder Förderung von Solar-, Wasser-Wind- oder Biogas-Kraftwerken). Die Preise wurden in drei verschiedenen Kategorien vergeben, sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Westschweiz. In der Deutschschweiz konnten 16 Energiestädte in die Auswertung einbezogen werden, in der Romandie 3.

An Erstfeld UR, Buchs SG, Gossau SG, Lausanne, Morges und Delémont wurden Auszeichnungen für die vorderen Ränge verliehen. Die Würdigung erfolgte jeweils im Rahmen eines Publikums- und Medien-Events. Publiziert wurden die Berichte vor allem in den regionalen Medien, in den Fachpublikationen der öffentlichen Hand und via diverse E-Mail-Newsletters und Websites.

g) Direktinformation

Ein Teil der Informationsarbeit betraf die individuelle Vorgehensberatung von EVU's (Telefonische Besprechungen, Zusammenstellung von Dokumentationen, Vermittlung von Kontaktpersonen), Auskünfte an Institutionen, kantonale Stellen, Studierende und Medienschaffende.

3.3 Aus- und Weiterbildung

Das Penta Project wurde 2002 unter der Leitung des SSIV (heute Suissetec) von einer sehr breiten Trägerschaft weiterentwickelt. Im Rahmen dieses bisher einmaligen Vorhabens schlossen sich über 20 Branchenorganisationen aus dem Bereich der erneuerbaren Energien und der Haustechnik zusammen, um auf ihrem Fachgebiet ein zukunftsorientiertes Weiterbildungssystem zu entwickeln. Ziel dieses Schulterschlusses ist die Bündelung der vielfältigen Anstrengungen zur Wissensvermittlung. In der zweiten Jahreshälfte wurden die ersten Kurse ausgeschrieben, stiessen aber bisher noch auf zu geringes Interesse. Die Gründe dafür sind noch unklar. Mit einem stärkeren Einbezug der Trägerverbände soll die Nachfrage gesteigert werden.

Die AEE begleitet die Arbeiten des Penta Projects und bündelt – soweit erforderlich – die Interessen ihrer Mitglieder. Sie wird sich im kommenden Jahr verstärkt an der Kommunikation der Angebote beteiligen.

3.4 Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz, Kantonen und weiteren Akteuren

Ziel dieser Aktivität war es, die Interessen der erneuerbaren Energien bei den weiteren Akteuren von EnergieSchweiz besser einzubringen und brachliegende Synergien besser zu nutzen. Die AEE sollte dabei als Schneepflug für die Netzwerke dienen. Zu diesem Zweck wurden folgende Aktivitäten durchgeführt:

- Zusammenarbeit mit der Energieagentur der Wirtschaft (EnAW) wurde initiiert, mit dem Ziel, die Anwendungsmöglichkeiten der erneuerbaren Energien bei der Umsetzung von Zielvereinbarungen besser bekannt zu machen
- Kontakt mit energho wurde etabliert (Sitzungen). Informationen und Aktivitäten blieben allerdings einseitig (Einladung energho an GV AEE).
- Kantonale Energiefachstellen: Schriftliche Vorstellung der AEE und ihrer Leistungen; Vorträge bei der Schweizer Energiefachstellenkonferenz und bei den Regionalkonferenzen Nordwestschweiz, Zentralschweiz und Suisse romande. Kontakte auch zur Fachstellenkonferenz Ostschweiz und zur Energiefachstelle Tessin. Fazit: Die gesamtschweizerische Energiefachstellenkonferenz war zu einer Zusammenarbeit eher positiv eingestellt, aber die konkreten Kontakte müssen über die einzelnen Energiefachstellen laufen. Diese jedoch – so die bisherige Erfahrung - haben Vorbehalte gegenüber einer gesamtschweizerisch tätigen Organisation
- Kontakte zu den Ressortverantwortlichen beim BFE
- Vortrag anlässlich Sitzung städtischer Energieverantwortlicher
- Kontakte mit weiteren Bundesstellen zwecks Mitfinanzierung von Projekten (BUWAL- Bereich Ökonomie und Klima, ARE, Lokale Agenda 21)

Mitte 2002 musste festgestellt werden, dass das Interesse an einer konkreten Zusammenarbeit der erwähnten Stellen mit der AEE ungenügend ist. Entweder kannte man die AEE noch zu wenig, oder der Aufbau und die Profilierung der eigenen Institution stand im Vordergrund. Bald wurde klar, dass keine Mitfinanzierung von Projekten möglich sein wird, weshalb die Aktivitäten auf ein Minimum reduziert wurden.

3.5 Koordination Netzwerke, Mitglieder und Organe

Im 2002 fanden 2 Mitgliederversammlungen und 5 Vorstandssitzungen statt.

Neben der eigentlichen Verbandskoordination war die AEE-Geschäftsstelle verantwortlich für die Durchführung und Moderation von zwei Netzwerkkonferenzen. An jener vom Januar 02 wurde ein Vorschlag zur Verwendung der Zusatzmittel erarbeitet, während an der Konferenz vom Juli 02 die Messeauftritte koordiniert und Fragen der Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz besprochen wurden.

Einen grossen Teil der Arbeit macht die bilaterale Koordination mit den einzelnen Netzwerken aus.

3.6 Rahmenbedingungen

Das Schwergewicht der AEE Aktivität lag, gemäss Beschluss der GV, auf den Arbeiten, welche dem Themenkreis Rahmenbedingungen zugeordnet werden können.

Allen voran sind die Aktivitäten im Vorfeld der EMG-Abstimmung zu erwähnen. Obwohl die Abstimmung zu unseren Ungunsten ausfiel, sind die Aktionen trotzdem positiv zu bezeichnen. Neben der Zusammenarbeit mit dem Pro-Komitee und der EnAW haben wir insbesondere eine Inseratekampagne in den grösseren Regionalzeitungen lanciert, wo auf die parallel durchgeführten Tage der offenen Tür (ToFT) hingewiesen haben. Eine nationale PK in Bern brachte zusätzliche Publizität. Letztlich wurde 10 Tage vor der Abstimmung noch eine Leserbrief-Aktion durchgeführt. Das Gros der Kosten ist von der Wirtschaft getragen worden neben Unterstützungsbeiträgen einiger Netzwerke.

Insgesamt sind schweizweit 12 ToFT's durchgeführt worden, je eine davon in der welschen Schweiz und eine im Tessin. Die ganze Palette von erneuerbarer Energie wurde berücksichtigt mit Ausnahme von Holz, weil die Anlagen im Sommer nicht in Betrieb waren: 3 Biogasanlagen (2 landwirtschaftliche, eine Grüngut), drei Windkraftanlagen, drei Kleinwasser-Kraftwerke, 3 Photovoltaikanlagen. Insgesamt besuchten rund 1'700 Personen die einzelnen Anlagen.

Der zweite Schwerpunkt lag auf dem Aufbau eines Parlamentariernetzwerkes, welches für die Belange der erneuerbaren Energien und der Energieeffizienz einsteht. Dazu wurde eine sogenannte Presse- und Parlamentarierfahrt nach Thun organisiert, an welcher das fortschrittliche Energiekonzept der Stadt Thun präsentiert sowie eine PV und eine Schnitzelfeuerungs-Anlage besichtigt wurden. Die Beteiligung der Presse war sehr gut was zu 5 Artikeln in der Tagespresse (darunter Bund und NZZ) sowie zu Nachrichten in der Fachpresse, zwei Radio und einen Fernsehbeitrag im Tessin. Die Präsenz der Politiker hätte allerdings ein Steigerungspotenzial gehabt.

Weit erfolgreicher waren ein runder Tisch (Parlamentarier-Lunch) sowie ein Informations-Stehbuffet im Bundeshaus (Galérie des Alpes). Das Netzwerk umfasste Ende Jahr rund 10 nationale Parlamentarier und viel Goodwill bei weiteren NR und SR.

3.7 Zertifikate erneuerbare Energien

Plangemäss konnte das Renewable Energy Certificate System (RECS) in der Schweiz eingerichtet werden, gemeinsam mit den acht grössten Schweizer Stromverteilern und dem Verband für umweltgerechte Elektrizitätsversorgung (VUE), welcher die RECS Schweiz leitet. Damit besteht die Grundlage für den Handel mit Ökostromzertifikaten innerhalb der Schweiz und über die Landesgrenze hinaus. Dies bedeutet nach der Ablehnung des EMG in der Volksabstimmung eine grosse Chance, um die Nachfrage nach Ökostrom zu steigern.

Keine konkreten Ergebnisse haben bisher die Abklärungen zum Handel mit Ökowärme-Zertifikaten gebracht. Es gibt auf internationaler Ebene noch keinerlei Beispiele, wie ein solcher Handel funktionieren könnte.

3.8 Tagung „Wald als CO₂-Senke“

Die Tagung fand am 16. Januar 2003 statt. Im Berichtsjahr fand der grösste Teil der Tagungsorganisation statt. Es wurde eine breit abgestützte Trägerschaft (BUWAL, BLW, Waldwirtschaft Verband) aufgebaut. Eine Arbeitsgruppe erarbeitete ein Thesenpapier aus der Sicht der AEE. Die Einladungen wurden breit verschickt.

3.9 CO₂-Killer

Die wichtigsten Mediatoren und Verkäufer von erneuerbarer Energie Anlagen bei Sanierungen sind die Sanitär/Installateure. Als wichtigstes Zusatzprojekt wurde daher eine Motivationskampagne für diese Zielgruppe formuliert. Die beauftragte Agentur versuchte einen neuen, völlig branchenfremden Ansatz mit einem Wettbewerb im Stile von James Bond 007 mittels anheuern von Agenten. Es wurde eine eigene Homepage geschaffen, auf der die Teilnahmebedingungen heruntergeladen werden konnten. Die Branche (rund 1'000 Adressaten in der ganzen Schweiz) wurde per Brief mehrfach auf die Aktion aufmerksam gemacht. Letztlich hatten rund 200 Installateure und Planer die Seite heruntergeladen, was ziemlich genau unserer Zielsetzung entsprach. Allerdings war die eigentliche Beteiligung am Wettbewerb mit 25 Firmen sehr klein, obwohl der Eingabetermin noch verlängert wurde. Nachfragen bei den grossen der Branche ergab, dass ihnen der Aufwand zu gross war. Die Preisverleihung wird im April 2003 stattfinden, was gleichzeitig der Abschluss des Projektes darstellt. Die Branche soll zu einem späteren Zeitpunkt mit deutlich einfacheren Mitteln nochmals angesprochen werden.

3.10 Sanierungsmarkt Tessin

Im Tessin gibt es nur sehr wenig Unternehmen im Bereich erneuerbare Energien. Die Aktivitäten von Swissolar (Solares Duschen), die Aktion CO₂-Killer und der Sanierungsmarkt wurden daher kombiniert, da dieselbe Zielgruppe angesprochen wurde. Als erstes wurde ein Konzept zusammen mit einem PR Büro und einem Journalisten erarbeitet, welches auch noch im Jahr 2003 trägt. Vorgesehen sind Artikel in der Fachpresse, Beteiligung an Info-Veranstaltungen und vor allem die Erarbeitung eines Ordners mit allen bestehenden Unterlagen zum Thema erneuerbare Energien. Ergänzend sollen einige Begleittexte und technische Grundlagen erarbeitet werden.

Im Jahr 2002 lag der Schwerpunkt auf dem Konzept, der Beteiligung an Informationsständen, die Vertiefung des CO₂-Killers und einem grossen Artikel in der Fachpresse.

3.11 Übersetzung wichtiger Publikationen

Der Schwerpunkt der Arbeit in der welschen Schweiz fokussierte auf der Öffentlichkeitsarbeit und den Messebesuchen. Es wurden daher vor allem dazu Mittel überstzt bzw. neu geschaffen. So ein Messestand in Zusammenarbeit mit der SSES und Messeunterlagen für die Habitat et Jardin.

Im Tessin wurde Wert auf Neudrucke mit korrekten Übersetzungen für den CO₂-Killer gelegt. Ebenso sind verschiedene Artikel im Vorfeld zum Tag der offenen Tür und der EMG-Abstimmung übersetzt worden.

3.12 Sondernummer Hochparterre

Im Dezember 2002 wurde in Zusammenarbeit mit der Architekturzeitschrift Hochparterre die Sondernummer „Erneuerbar und effizient: Die Energie für gute Architektur“ auf deutsch und französisch herausgegeben. Verteiler: Abonnenten Hochparterre, Verteilung über AEE-Mitglieder, Auflage an Messen, Hinweise in anderen Fachzeitschriften. Inserenten konnten ungefähr im erwarteten Ausmass gewonnen werden.

4 Ausblick

4.1 Zukünftige Schwerpunkte der AEE

4.1.1 Überdachendes Marketing

Im Zentrum der überdachenden Marketingaktivitäten im 2003 steht die Förderung nachhaltiger Treibstoffe. Bewährte Aktivitäten zur Förderung von Ökostrom werden weitergeführt, resp. für die Romandie adaptiert. Geplant sind insbesondere je eine Ökostrom-Arena in Luzern und in Lausanne. Auf Wunsch der Netzwerkkonferenz wird ein gemeinsamer Newsletter für alle erneuerbaren Energien erarbeitet und herausgegeben. Nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ werden Wege gesucht, um gemeinsam mit weiteren Partnerorganisationen von EnergieSchweiz die bisherigen Leistungen des Programms einem breiteren Publikum bekannt zu machen, z.B. mit einer Veranstaltung an der ETH Zürich.

4.1.2 Rahmenbedingungen

Die vordringlichste Aufgabe ist es, Budgetkürzungen für die Förderung der erneuerbaren Energien zu vermeiden. Dazu werden neue, budgetneutrale Wege zur Finanzierung von Förderprogrammen gesucht – nach der Ablehnung einer Abgabe auf Atomstrom steht eine erhöhte Einspeisevergütung für Ökostrom im Vordergrund. Diese Massnahme hat bereits in Deutschland zur Schaffung von Zehntausenden von Arbeitsplätzen geführt und wird nun von weiteren EU-Ländern übernommen.

Die Umsetzung des CO₂-Gesetzes ist zur Zeit keineswegs sichergestellt. Gemäss einer Prognos-Studie sind die Ziele weder im Treibstoff- noch im Brennstoffbereich bei einer unveränderten Entwicklung erreichbar. Die AEE wird sich für eine möglichst baldige Einführung einer CO₂-Abgabe engagieren, weil nur damit die eklatante Marktverzerrung zwischen fossilen und nachhaltigen Energiequellen etwas ausgeglichen werden kann.

4.1.3 Koordination der Netzwerke

Die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren von EnergieSchweiz bleibt weiterhin ein wichtiges Thema. Dabei ist sicherzustellen, dass die erneuerbaren Energien einen angemessenen Platz bei allen Aktivitäten erhalten. Dies gilt beispielsweise für die Gebäudekampagne, die Ende November lanciert wird.

Neben den Messen Swissbau, Habitat et Jardin und Hausbau-Minergie bietet sich anlässlich der geplanten Leistungsschau der Partner von EnergieSchweiz die Möglichkeit für einen gemeinsamen Auftritt der Netzwerke erneuerbare Energien.

4.1.4 Förderung nachhaltiger Treibstoffe

Es ist zu erwarten, dass das Parlament in der ersten Jahreshälfte die Steuerbefreiung von Biogas und die Steuerreduktion bei Erdgas annehmen wird. Um dem saubersten Treibstoff Biogas zum Durchbruch zu verhelfen, soll in Zusammenarbeit mit dem VSG und gasmobil AG eine Kampagne gestartet werden, welche sich über die ganze Schweiz ausdehnen wird. Im Jahr 2003 erfolgt lediglich die Initialzündung. Die intensiveren Phasen werden im Jahr 2004 und 2005 erwartet.

5 Kontaktadressen

5.1 Projektpartner der AEE 2002

- Linder Kommunikation, Gemeindestr. 48, 8030 Zürich, T 01 252 60 01, zuerich@linder-kom.ch
- Maxomedia, Zinggstr. 1, Postfach, 3000 Bern 23, T 031 370 01 11, info@maxomedia.ch
- Konrad Meyer, environmental sciences and policy assessment, Seefeldstr. 5a, 8008 Zürich, T 01 250 88 36, kmeyer@bluewin.ch
- Gallati und Burkhard, Zentralstr. 156, 8003 Zürich, T 01 451 66 96, mail@galbur.ch
- Nova Energie, Châtelstr. 21, 8355 Aadorf, T 052 368 34 70, office.aadorf@novaenergie.ch,

5.2 Aussenstellen der AEE

- Secrétariat romand, Roger Rhyner, case postale 61, 1001 Lausanne, T 021 310 30 20, contact@aee.ch
- Segretariato della Svizzera italiana, 6670 Avegno, T 091 796 36 03, contatto@aee.ch