

März 2003

energie-agentur-elektrogeräte eae

Jahresbericht 2002

Autoren:

Dr. Rudolf Bolliger (Präsident eae)

Dr. Heinz Beer

Fritz Beglinger

Dr. Charles Giroud

Pia Grossholz

Bruno Oldani

energie-agentur-elektrogeräte eae
agence-énergie-appareils électriques eae
eine initiative der verbände kf, FEA, SLG, SWICO und Electrosuisse

Obstgartenstrasse 28, Postfach, CH-8035 Zürich
Tel. 01 361 40 09, Fax 01 361 19 91 · eae@eae-geraete.ch · www.eae-geraete.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung.....	4
1.1	Übersicht 2002.....	4
1.1.1	Projekte.....	4
1.1.2.	Langfristige Zielerreichung.....	4
1.2	Schwerpunkte 2003.....	4
2	Beurteilung der Zielerreichung	4
2.1	Ziele	4
2.1.1	Quantitative Ziele	4
2.1.2	Qualitative Ziele.....	5
2.2.	Beurteilung.....	5
3	Beurteilung der Aktivitäten.....	6
3.1	Projekt Basics.....	6
3.1.1	Geschäftsstelle	6
3.1.2	Hotline	6
3.1.3.	Internationales.....	7
3.1.4.	Statistik	7
3.2.	Projekt PR & Awareness.....	8
3.2.1.	Impulse.....	8
3.2.2.	Energieverbrauch ist ein Thema am Verkaufspunkt.....	9
3.2.3.	Verhaltensregeln	9
3.3.	Projekt Datenbank.....	9
3.3.1.	Ziele des Projekts	9
3.3.2.	Zielerfüllung	9
4	Ausblick	10
4.1	Ausgangslage.....	10
4.1.1	Langfristige Anlage.....	10
4.1.2	Erfolgreiche Umsetzung 2002.....	11
4.2.	Projekte.....	11
4.2.1.	Ehemals Basics.....	11
4.2.2.	PR&Awareness	11
4.2.3.	Datenbank	11
5	Kontaktadressen.....	12

1 Zusammenfassung

1.1 Übersicht 2002

Nach intensiven Vorarbeiten der Hersteller und Importeure der Branchen Haushaltgeräte, Licht, EDV, Bürogeräte und Consumer Electronic wurde im Mai 2002 mit dem BFE ein Kooperationsvertrag für die nächsten vier Jahre unterzeichnet. Das erste Projektjahr trug den Charakter der Initialisierung. Die hauptsächlichlichen Wirkungen sind für 2003 zu erwarten.

Die tatsächlichen Eigenleistungen der Wirtschaft erreichten bereits im ersten Vertragsjahr das Zehnfache der Bundesbeiträge, womit das vorgegebene 1:1-Verhältnis weit übertroffen wurde.

1.1.1 Projekte

Mit dem Aufbau einer Geschäftsstelle konnte die eae erfolgreich eine Plattform für die Zusammenarbeit mit dem BFE und die interne Zusammenarbeit einrichten. Über die Hotline wurde in der ersten Phase v.a. der Handel beraten. Die Hotline für Konsumenten wurde im vierten Quartal eingeführt. Die internationale Abstimmung der Massnahmen und der Projekte von EnergieSchweiz ist bedeutsam; sie schafft auch Plausibilität bei den Firmen der Mitgliedsverbände. Die Verkaufszahlen der wichtigsten Elektrogeräte von 2001 und 2002 zur Abschätzung des Energieverbrauchs können dem BFE zur Verfügung gestellt werden. Teilweise liegen die Resultate jedoch erst 2003 vor. Erste Erfolge der Thematisierung des Energieeffizienzthemas am POS wurden erzielt. Besonders erfolgreich war die eae bei der Stimulierung von Eigenleistungen; sie erreichte damit die aktive Mitwirkung von Importeuren und Herstellern. Die Datenbank konnte an der Swissbau 2003 präsentiert werden.

1.1.2 Langfristige Zielerreichung

Ob die längerfristigen Ziele erreicht werden können, den erhöhten Stromverbrauch durch die Mengenausweitung durch energieeffizientere Geräte mindesten zu kompensieren, kann heute noch nicht zuverlässig beantwortet werden. Die eae ist jedoch zuversichtlich, dass dieses Ziel erreicht werden kann.

1.2 Schwerpunkte 2003

Die Projekte sollen alle fortgesetzt werden. Der Schwerpunkt liegt bei den Aktivitäten von PR & Awareness, weil dort die grössten Wirkungen erwartet werden.

2 Beurteilung der Zielerreichung

2.1 Ziele

2.1.1 Quantitative Ziele

Bei serienmässig hergestellten Elektrogeräten soll dank energieeffizienterer Geräte und dem sparsamen Nutzen aller Geräte der Zusatzbedarf als Folge der Mengenausweitung mindestens kompensiert werden. Dies ist das langfristige Ziel der Aktivitäten der eae. Eine Teilziel-Festlegung für dieses langfristige Ziel der Partner EnergieSchweiz und eae war im ersten Jahr der Aktivitäten der eae nicht möglich, da die Datenbasis erstens noch nicht beschafft war und zweitens die Projekte in der Initialisierungsphase des ersten Jahres noch kaum energetische Wirkung zeigen konnten.

Ein wichtiges Bestreben der eae ist es, die Wirtschaft zu Eigenleistungen aufzufordern, da davon grösste Wirkung zu erhoffen ist. Da Erfahrungswerte fehlten, war es im ersten Jahr noch nicht möglich, hier quantitative Zielwerte zu formulieren. Mehrere Aktionen der eae wurden als Pilotprojekte lanciert. Dabei gilt es Erfahrungen zu sammeln, um die Wirkung der geplanten Massnahmen zu optimieren. Eine quantitative Auswertung von Pilotprojekten steht eher im Hintergrund. Einzelne Projekte (etwa Statistik, Datenbank) erzielten ihren ersten Output erst 2003.

2.1.2 Qualitative Ziele

Zentrales Ziel ist die Bewusstseinsveränderung über alle Handelsstufen zugunsten energieeffizienterer Geräte. Obwohl dieses Bewusstsein auf der Hersteller- bzw. Importeuren-Ebene bereits auf einem hohen Niveau vorhanden ist und Antrieb für die weitgehenden technologischen Fortschritte auf diesem Gebiet war, konnten hier die grössten Wirkungen erzielt werden. Wie die Finanzübersicht zeigt, lässt sich dies auch anhand der investierten Mittel der Industrie (Eigenleistungen) nachweisen. Insbesondere bewirkten die ausgedehnten Diskussionen auf allen Stufen der eae-Mitglieder über die Ziele und Zielerreichung der eae in ihrem ersten Jahr der Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz einen zusätzlichen Effort. Im nächsten Jahr will sich die eae auf die weiteren Mitspieler in der Kette der Handelsstufen, insbesondere den POS konzentrieren.

Eine weitere qualitative Zielsetzung war es, die Aktionen von EnergieSchweiz im Gerätesektor und der eae mit den europäischen Bestrebungen abzustimmen. Die Konzentration auf die europäisch gängigen Labels verhindert Fehlinvestitionen des Programms und fördert Synergien mit anderen Bestrebungen. Die Ziele des ersten Jahres wurden dabei erfüllt. Das Projekt zeigte allerdings auch auf, dass diese Vernetzung nötig ist und noch verstärkt werden kann und muss.¹

Im Bereich der Auskunfts- und Dokumentationsstelle konzentrierte sich die eae vorerst auf die Bearbeitung der Hersteller und des Handels. Die Verbände dienten für ihre Mitglieder als Auskunftsstellen zum Thema Energieeffizienz. Ab November wurde auch eine Hotline für die Öffentlichkeit angeboten.

Die Homepage eae-geraete richtete sich vorerst nicht an ein weiteres Publikum. Die Ansprache der breiten Öffentlichkeit erfolgt ab Dezember 2002 über energyBrain und wird weiter ausgebaut.

2.2 Beurteilung

Obwohl viele Aktivitäten für die beteiligten Firmen mit teilweise grossem Aufwand verbunden sind und teilweise als die Geschäftstätigkeit behindernd empfunden werden, unterstützten die Mitgliedsfirmen die Projekte der eae und damit auch die Zielsetzung von EnergieSchweiz aktiv und meist überzeugt. Dieser Grundkonsens der Industrie und des Handels mit den Bestrebungen von EnergieSchweiz war und ist Grundvoraussetzung für das Gelingen etwa der Einführung der energieEtikette und weiterer Projekte von EnergieSchweiz und der eae. Hier hat die eae viel erreicht, aber auch Handlungsbedarf festgestellt. Die eae ist mit ihrer Nähe zur Wirtschaft bestens geeignet, diesen Ansatz zu fördern. Die positive Grundhaltung der Wirtschaft sollte jedoch möglichst wenig durch ungläubwürdige Teilprojekte anderer Partner von EnergieSchweiz gefährdet werden.

¹ Quantitative Übersicht der Tätigkeiten im Unterprojekt Internationales in der Beilage.

3 Beurteilung der Aktivitäten

3.1 Projekt Basics

3.1.1 Geschäftsstelle

Im ersten Jahr der Zusammenarbeit der eae mit EnergieSchweiz galt es, der Zusammenarbeit mit dem BFE und auch der internen Zusammenarbeit in der Agentur selbst eine Struktur zu verleihen. Dies wurde u.a. mit dem Ausbau der Geschäftsstelle erreicht, die nun als einheitlicher Ansprechpartner der Elektrogerätebranche dient.

Die Geschäftsstelle verstärkt zudem den Anspruch der eae, die Aktivitäten und den Auftritt der drei bisher getrennt agierenden Branchen im Bereich der Energieeffizienz in einer Stimme zu bündeln. Der Absicht der Agentur, mit möglichst geringen administrativen Kosten auszukommen und damit in Energieeffizienz investiertes Geld selber effizient einzusetzen, bleibt bestehen. Die Geschäftsstelle wird vollumfänglich von der Wirtschaft getragen.



Die Homepage www.energyBrain.ch richtet sich an ein weiteres Publikum. Darin wird u.a. auch auf die Hotline hingewiesen. Die Homepage www.eae-geraete.ch bietet eher technische Informationen zur eae selbst. Die Geräte-Datenbank ist über beide Kanäle zu benutzen.

3.1.2 Hotline

Die eae konzentrierte sich vorerst auf die Bearbeitung der Hersteller und des Handels. Insbesondere für den Handel und dort schwergewichtig bei Fragen rund um die energie-

Etikette war die eae wichtige Ansprechinstitution. Mit der auf anfangs November aufgeschalteten Hotline beim Konsumentenforum vermag die eae nun auch die Konsumenten anzusprechen. Hier ergeben sich Synergien mit den durch andere Quellen finanzierten Gerätebroschüren des kf.

Die Ebene der Fachanfragen (v.a. Handel und POS) ist bei der Einführung und Konsolidierung der energieEtikette wichtig. Dies kann erfolgreich nur in Zusammenarbeit mit der Industrie geschehen.

Ebenfalls zentral ist die Qualität der Informationen, wofür ein Fachberatungsnetz notwendig ist, das 2002 aufgebaut wurde. Diese Fachberater, welche die Branche zur Verfügung stellt, bildeten auch die Beraterinnen des kf am Telefon aus.

2002 wurden zwei Internet-Plattformen aufgebaut: www.eae-geraete.ch und www.energyBrain.ch. Die erste Site, welche am 12. April aufgeschaltet wurde, passiv aufgebaut ist und nicht beworben wird, erreichte im Jahr 2002 1743 Besuche. www.energyBrain.ch, die ab Dezember 2002 im Netz steht, richtet sich stärker an ein öffentliches Publikum und wird aktiver bewirtschaftet. Die Homepages sind unverzichtbar im Projektverbund.

3.1.3 Internationales

SWICO-, SLG- und FEA-Vertreter besuchten die wichtigsten Veranstaltungen der internationalen Fachverbände und brachten dort die Position der schweizerischen Branche und von EnergieSchweiz ein. Der Emailverkehr in den Verbänden wurden ausgewertet und die wichtigsten Informationen weitergeleitet. Bei allen Präsentationen der eae innerhalb von EnergieSchweiz und auch der Verbände wurde der internationale Kontext einbezogen.

Die Bedeutung der internationalen Abstimmung der Massnahmen im Elektrogerätebereich ist gross. Im Vergleich zum sichtbaren Output ist die Beteiligung am internationalen Netzwerk relativ aufwändig. Ohne Beteiligung des BFE könnte dies von den Verbänden nicht geleistet werden. Gleichzeitig löst diese Beteiligung stattliche Eigenleistungen der Organisationen aus. Die Wirkung bei den Mitgliedsorganisationen der eae ist u.a. auch deshalb gross, weil für die verschiedenen Bemühungen Plausibilität geschaffen wird. Gleichzeitig haben auch die Firmen ein Interesse an einer Einbindung der schweizerischen Diskussion in die europäische.

3.1.4 Statistik

Im Zentrum dieses Projekts stand 2002 die Zusammenarbeit mit der Firma Prognos, welche 2002 im Auftrag des BFE eine Studie über den Energieverbrauch von Elektrogeräten in der Schweiz erstellte.² Es galt, den Projektbeauftragten den Zugang zu allen verfügbaren Daten zu verschaffen. Zudem überprüften Fachleute aufgrund firmeninterner Daten die Plausibilität geschätzter Zahlen.

Gleichzeitig bereitete die eae eine systematische Erhebung der Zahlen vor, welche auf anfangs 2003 zu erwarten ist. Der FEA führte im Dezember 2002 einen Pilot zur Datenerfassung durch. Die Resultate aller Erhebungen für 2001 und 2002 können erst im Jahr 2003 zur Verfügung gestellt werden.

Der Aufwand dieser zusätzlichen Erhebung von Verkaufszahlen beim FEA und bei der SLG erweist sich als relativ hoch. Beim SWICO mussten Stukturen (Team von Fachdelegierten) geschaffen werden. Bei der Erhebung von Energieverbrauchszahlen besteht gemäss Einschätzung der eae ein Optimierungspotential, das in Zusammenarbeit mit externen Experten erarbeitet werden kann.

² Peter Hofer, Ralf Aehlen (Prognos AG), Die Entwicklung des Elektrizitätsverbrauchs serienmässig hergestellter Elektrogeräte in der Schweiz unter Status-quo-Bedingungen und bei Nutzung der sparsamsten Elektrogeräte bis 2010 mit Ausblick auf das Jahr 2020, Basel 2002.

3.2 Projekt PR&Awareness

3.2.1 Impulse

Starke Impulse in der Umweltgesetzgebung haben ihren Ursprung in der EU. Ein aktives Mitmachen in Europa über die Dachorganisationen der Branchen ist deshalb eine Voraussetzung, um gute Massnahmen möglichst zeitgleich mit der EU auch in der Schweiz einzuführen. Beispiele sind die energieEtikette und Energy Star. Seit den neunziger Jahren hat sich die Produktion von Elektro- und Elektronikgeräten immer mehr ins Ausland und nach Asien verlagert. Wichtige Anbieter und Importeure in der Schweiz sind Tochterunternehmen ausländischer Hersteller geworden.

Energieeffizienzklassen

Sie sorgen für Transparenz im internationalen Vergleich. Je nach Energieverbrauch werden die Geräte der entsprechenden Energieeffizienzklassen A bis G zugeordnet.

- A steht für niedrigen Energieverbrauch
- G steht für hohen Energieverbrauch.

Energieeffizienzklasse	A
Energieverbrauch in 24 h/100 l (kWh)	0.206
Nutzhalt Gesamt (l)	210
Nutzhalt Kühlteil (l)	193
Nutzhalt Gefrierraum (l)	17
Gefrierraum - Sternkondenschen	4
Geräte-Höhe (mm)	1240
Geräte-Breite (mm)	550
Geräte-Tiefe (mm)	600

Ausstattung

- 4 Glasplatten, davon 1 teilbar
- 1 Gemüseschublade mit praktischem Teiler
- 4 Türfächer, universell verstellbar, davon 1 Butter-/Gäsefach
- Flaschenhalterung (auch für 2-Liter Flaschen)

Zubehör (inkl.)

- Eierablage für 6 Eier
- 1 Eiswürfelschale

ER 7326 C RE WE
Schüreine wechselbar weiss

CHF 1210.00

Ein wichtiges Ziel der eae ist es, die Mitglieder zu Eigenleistungen zu animieren. Dieses Ziel zeigte 2002 eine bedeutende Wirkung. Das hier abgebildete Beispiel zeigt die Produkteseite eines Herstellers auf dem Internet, worauf er prominent auf die Energieeffizienzklasse hinweist und die energieEtikette erklärt.

Entscheidend für das Erreichen der Ziele von EnergieSchweiz - wir postulieren keine Zunahme des Stromverbrauchs für diesen Sektor trotz Zuwachs an Stückzahlen im Markt und Leistungssteigerungen – ist das aktive Mitwirken der Importeure und Hersteller. In verschiedenen Workshops mit Repräsentanten dieser Firmen wurden Massnahmen im Hinblick auf die gesetzten Zielsetzungen besprochen. Beispiele dafür sind: Der hohe Anteil von A-Geräten bei der weissen Ware, die Stromvergleichsmessung an früheren und neuen Fax, Kopierern und Druckern bei Canon, die Anleitung zum Energiesparen von Bildschirmen von IBM und die intelligenten MemoSwitch von Océ.

3.2.2 Energieverbrauch ist ein Thema am Verkaufspunkt

Importeure und Hersteller erreichen über die Handelsketten auch den Detailhandel und bewirken so, dass der Energieverbrauch am Verkaufspunkt ein Thema ist. Für die eae entscheidet der Einbezug aller Betroffenen (vom Hersteller/Importeur über den Handel bis zum Käufer und Nutzer) über den Erfolg des Programmes EnergieSchweiz. Daher wurde im ersten Halbjahr 2002 im Rahmen des Projekts PR & Awareness ein Schwerpunkt auf Gespräche und Meetings mit den Anbietern gelegt, um die zukünftigen Aktionen gemeinsam zu planen und die vom BFE veranlasste Kampagne zur energieEtikette zu unterstützen. Beispiele für solche bereits durchgeführte Massnahmen waren: Inserate mit energieEtikette, Artikel zur energieEtikette in Kundenzeitungen und Prospekten, Anbringen von Energy Star-Labeln auf Geräten (z.B. Toshiba und Minolta), Hinweise zu Energy Star auf diversen Homepages (Beispiele sind IBM, Compaq, Dell).

3.2.3 Verhaltensregeln

Schliesslich sieht das Projekt vor, den Endverbrauchern Verhaltensregeln zu vermitteln, da in diesem Bereich ein hoher Nutzen bezüglich der Zielsetzung liegt. Entsprechende Vorarbeiten wurden im ersten Halbjahr abgeschlossen. In Zusammenarbeit mit dem Forschungsprogramm Elektrizität beim BFE, I-CH Informatik Berufsbildung Schweiz und der eae wurde an den Berufsschulen Bern und Zürich in Pilotlektionen das Thema Power Management in PCs bearbeitet. Die Resultate werden zur Zeit ausgewertet.

3.3 Projekt Datenbank

3.3.1 Ziele des Projekts

Das Projekt setzte sich zum Ziel, bis zur Swissbau 03 ein elektronisches Informationsangebot für Kühl- und Gefriergeräte, für Waschmaschinen und für Wäschetrockner im Rahmen eines Pilotprojektes aufzubauen. Aufgrund dieses Zeitplans werden die Resultate erst 2003 zu beurteilen sein.

3.3.2 Zielerfüllung

2002 wurden folgende Schritte erreicht: Grundlagenbeurteilung und Detailspezifikation des Projekts; Zertifizierung, "Konvention" genannt, von 11 von 16 Unternehmen; Formulierung von Hintergrund-Informationen für Käufer und Benutzer der Geräte des Pilots; Technische Umsetzung.

Es kann bereits jetzt gesagt werden, dass die Umsetzung technisch möglich ist und von den meisten Unternehmen gut akzeptiert wird. Beim europäischen Verband der Haushaltgeräte-Industrie wird dem Projekt eine Pionierrolle attestiert, weil es in Bezug auf angestrebte Aktualität und Qualität der Daten in Europa nichts vergleichbares gibt. Ebenfalls ist ein grosses Interesse bei Vermittlern wie Energieberatungsstellen festzustellen. Der Umstand, dass einst wirklich alle Geräte nach Kriterien, die nicht nur Energieeffizienz umfassen, verglichen werden können, trägt zur potentiellen Attraktivität des Projekts bei.

2003 gilt es, das Pilotprojekt noch umzusetzen und es nachher im Hinblick auf eine mögliche Weiterführung auszuwerten.



Auf der Datenbank kann mit einem einfachen Energieeffizienzrechner die Einsparnis des Energieverbrauchs bei einem guten Gerät berechnet werden.

4 Ausblick

4.1 Ausgangslage

4.1.1 Langfristige Anlage

Die Projekte sind längerfristig angelegt und 2003 kann auf den Vorarbeiten von 2002 aufgebaut werden. Dies entspricht auch den im Rahmenvertrag formulierten Leistungen bis 2005. Teilweise ist erst für 2003 mit messbaren Wirkungen zu rechnen.

4.1.2 Erfolgreiche Umsetzung 2002

Die drei Projekte Basics, PR & Awareness und Geräte-Datenbank wurden weitgehend wie geplant im Sommer lanciert. Die Erfahrungen bilden nun die Grundlage für eine Optimierung. Der Pilot im Projekt Datenbank wird im Sommer abgeschlossen, über eine Fortführung kann dann entschieden werden. Die Unterprojekte im Projekt Basics von 2002 müssen sinnvollerweise auseinander genommen und als vier eigenständige Projekte formuliert werden (Hotline, Internet, Internationales, Geräte-Statistik).

4.2 Projekte

4.2.1 Ehemals Basics

Die Hotline wird fortgesetzt. Sie wird mit einer Steigerung ihres Bekanntheitsgrades und einer Verbesserung des Know-hows der Beraterinnen eine grössere Wirkung entfalten können. Bei den Internet-Auftritten wird insbesondere der interaktive Teil und die Site energyBrain.ch ausgebaut. Die Vermittlung von internationalen Informationen an das BFE und das Einbringen der Position des BFE bzw. die Vertretung der Position von EnergieSchweiz in diesen Gremien wird fortgesetzt. Die statistischen Daten für 2002 betreffend Energieeffizienz von Elektrogeräten werden 2003 erhoben.

4.2.2 PR & Awareness

Weiterhin stehen die Förderung und Etablierung des Bewusstseins für Energieeffizienz von Herstellern, Importeuren, Planern, Käufern und Nutzern von Elektro- und Elektronikgeräten in allen Phasen des Produktionszyklus und die Stimulierung der Mitgliedsfirmen der Verbände und der Firmen entlang der Handelskette zu Eigenleistungen, die ein Mehrfaches des Bundesbeitrages betragen, im Zentrum des Projekts.

4.2.3 Datenbank

Die Datenbank soll als Pilot im Sommer 2003 mit einem Schlussbericht und Empfehlungen abgeschlossen werden. Eine Weiterführung und ein Ausbau für auf andere mit der energieEtikette versehene Haushaltgeräte und Licht wird in Erwägung gezogen.

5 Kontaktadressen

FEA (Präsident, Geschäftsstelle, Basics, Datenbank)	Dr. Rudolf Bolliger	Postfach, Obstgartenstrasse 28 8035 Zürich 01 361 40 09 info@fea.ch
SWICO (Vizepräsident, PR&Awareness)	Dr. Heinz Beer	Technoparkstrasse 1 8005 Zürich 01 445 38 00 heinz.beer@swico.ch
SWICO	Bruno Oldani	IBM, Altstetterstrasse 124, PF 8010 Zürich 058 333 69 81 ol@ch.ibm.com
SLG	Dr. Charles Giroud	Postgasse 17, Postfach 686 3000 Bern 8 031 313 88 11 charles.giroud@bvmbberatung.net
kf	Pia Grossholz	Waldriedstrasse 26 3074 Muri 079 335 09 15 pia.grossholz@smile.ch
Electrosuisse	Fritz Beglinger	Luppenstrasse 1 8320 Fehraltorf 01 956 13 25 fritz.beglinger@electrosuisse.ch