

März 2003

energie-agentur-elektrogeräte eae

Jahresbericht 2003

zum Jahresbericht
vers le rapport annuel
verso il rapporto annuale
to the annual report

Autoren:

Dr. Rudolf Bolliger (Präsident eae)

Dr. Heinz Beer

Fritz Beglinger

Dr. Charles Giroud

Pia Grossholz

Bruno Oldani

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	4
2	Quantitative Beurteilung der Zielerreichung	5
3	Beurteilung der Aktivitäten	7
4	Ausblick	9
5	Kontaktadressen.....	10
6	Beilagen	10

1 Zusammenfassung

Das Engagement von EnergieSchweiz und der eae haben zusammen mit den weltweiten Anstrengungen zum Energiesparen und der Verantwortung der Firmen gegenüber der Umwelt (EMAS, ISO 14'001) dazu geführt, dass im Jahr 2003 in der Schweiz im Elektrogeräte-Bereich ein auf 15,3 Mio. Sfr. geschätzter Betrag für Massnahmen zum Energiesparen ausgelöst wurde. Damit haben die beteiligten Verbände und Firmen die Ziele von EnergieSchweiz im Jahr 2003 mit einem deutlich höheren Betrag als erwartet unterstützt.

Für den Energieverbrauch einer bestimmten Gerätegruppe sind **vier Faktoren** Ausschlag gebend. Die eae richtet sich in ihrer Strategie darauf aus:

1. Verbrauch der Geräte in verschiedenen Zuständen (z.B. in Betrieb, Bereitschaft, Stand by, aus aber noch am Netz usw.)
2. Menge der Geräte im Feld inkl. Neuzugänge und Ausserbetriebnahme
3. Marktanteil spezifischer Gerätegruppen bzw. Technologien
4. Einsatz der Geräte bzw. Verhalten der Käufer und Nutzer

Die eae hat mit ihren sechs Projekten wesentlichen **Einfluss** auf diese vier Faktoren genommen:

1. Die eae sorgte dafür, dass über Energieeffizienz gesprochen wird. Damit beachten Entwickler von neuen Produkten den Energieverbrauch und richten die Produkte – unabhängig vom Preis der Energie – auf einen effizienten Energieverbrauch aus. Sie forcieren z.B. weitere technische Neuerungen wie schnelle oder keine Aufwärmzeit, tiefere Temperaturen bei Waschgängen, schöneres Design von Stromsparlampen oder kein Energieverbrauch im Stand by.
2. Die eae hat grundsätzlich keinen Einfluss auf die Nachfrage nach Elektrogeräten, sie unterstützt jedoch den rechtzeitigen Geräteersatz durch energieeffiziente Geräte, wenn er energetisch angebracht ist.
3. Die eae fördert die energieeffizienten Technologien am Verkaufspunkt. Als Beispiele sind zu nennen: Der Verkauf von A-Haushaltgeräten und A-Leuchtquellen. Der Ersatz von Röhrenbildschirmen durch Flachbildschirme. Der Ersatz von Desktop-Rechner durch Laptop. Förderung von Multifunktionsgeräten, welche Scanner, Kopierer, Fax und Printer ersetzen.
4. Die eae beeinflusst das energieeffiziente Verhalten der Käufer und Nutzer. Zu welcher Leistungs- bzw. Energieklasse ein anzuschaffendes Gerät gehört und wie es eingesetzt wird (Betriebszeiten, effizienter Einsatz, Wartung, Ausschalten) entscheiden der Käufer bzw. Personen, welche die Geräte nutzen. Informationsmittel am POS (PR&Awareness), im Internet (Datenbank) oder am Telefon (Hotline) stützen energieeffizientes Käufer- und Nutzerverhalten.

Die eae-Basisprojekte **Hotline, Internet, Statistik und Internationales** erfüllten 2003 die Ziele weitgehend. Mit einer grösseren Bekanntheit, welche 2004 angestrebt wird, kann deren Wirkung noch verstärkt werden.

Eigene Stände der eae an den bedeutenden Fachmessen *Swissbau* (Haushaltgeräte), *Ineltec* (Licht/Leuchten) und *Orbit/Comdex* (Informations- und Kommunikationstechnik) motivierten sowohl die Aussteller als auch die Fachbesucher zum Energiesparen. Aktionen am POS wiesen Käuferinnen und Käufer aber auch andere Besucher von Fachgeschäften auf den Aspekt der Energieeffizienz bei Kauf und Nutzen eines Elektrogerätes hin.

Die Aktionen von **PR & Awareness** können noch verstärkt werden, wenn sich Partner finden, welche das Thema Energieeffizienz aufnehmen und durch konkrete Aktionen direkt umsetzen.

Der Pilot **Gerätedatenbank** konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Eine unabhängige Evaluation ergab eine klare Empfehlung, das Projekt weiter zu führen. Die beteiligten Firmen decken den Grossteil des Marktes ab. Die Gerätegruppen Geschirrspüler und Backöfen werden erst 2004 in die Datenbank integriert.

2004 setzt die eae folgende **Schwergewichte** fest:

1. PR&Awareness: Der nächste qualitative Schritt ist nur über kooperative Projekte und Massnahmen möglich (Hersteller/Importeure, Handel, Einkäufer). Kooperation steht deshalb im Zentrum der Strategie für 2004. Weiterführen der Aktionen zu aktivem Replacement. Ein eigener Stand an der Messe Renovation anfangs September in Zürich und an der Orbit Ende September in Basel. Ausdehnen der Aktionen am POS (Eyecatcher und Flyer) auf die französisch sprechende Schweiz. Neue Flyer, die gezielt auf einzelne Produkt ausgerichtet sind. Und - wenn die Partner mitmachen - Informationswochen in Einkaufszentren.
2. Gerätedatenbank: Integration von Backöfen und Geschirrspülern, Optimierung und Vervollständigung des Angebots, Integration der Preise. Licht-Datenbank bis und mit Abschluss der Konventionen mit den beteiligten Firmen und technischer Umsetzung.
3. Weiterführung und Optimierung des Basisangebots: Statistik, Internationales, Hotline, Internet, Betrieb einer Geschäftsstelle.

2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

2.1 Quantitative Ziele

Über alle Projekte gesehen ist eine quantitative Aussage zu einer Wirkung, welche allein auf die Projekte der eae zurückzuführen ist, nicht möglich, da die eae ihre Ziele im Verbund mit der Wirtschaft und EnergieSchweiz anstrebt. Gerade dieses Bündel von Massnahmen bewirkt, wie die eae überzeugt ist, die grösste Wirkung. Mitnahmeeffekte sind dabei erwünscht und nicht trennbar von den Leistungen der eae.

Dennoch lassen sich einige quantitative Aussagen formulieren. Gemäss Jahresplan 2003 strebte die eae Eigenleistungen von Fr. 365'000 an, welche mit erbrachten Eigenleistungen von Fr. 15,3 Mio wiederum klar übertroffen wurden. Zur Erreichung weiterer quantitativer Ziele vgl. MIS und Kapitel 3.

Viele Einflüsse der eae auf die Faktoren, welche den Energieverbrauch von seriellen Elektrogeräten beeinflussen, können nicht quantifiziert werden. Zwei konkrete Beispiele - Verkauf von Bildschirmen und von PC bzw. Notebooks - belegen die erwähnten Einflüsse:

	Energiekonsum GWh/a pro 1000	Verkaufszahlen in 1'000 Stück				Energiekonsum GWh/a			
		2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
PC +Notebooks (Mix 2000)	0.31	1065	1057	1013	1117	335	332	319	351
PC	0.37	800	760	691	697	292	277	252	254
Notebooks	0.16	265	297	322	420	43	48	52	68
PC und Notebooks ist		1065	1057	1013	1117	335	326	304	323
<i>Minderverbrauch in % durch Wechsel</i>						<i>Basis</i>	- 2	- 4	- 8
Alle Bildschirme (Mix 2000)	0.53	700	749	603.6	740	372	398	321	393
Bildschirme CRT	0.80	350	320	115	60	279	255	92	48
Bildschirme TFT	0.27	350	429	485	680	93	114	129	181
Alle Bildschirme ist		700	749	603.6	740	372	369	221	229
<i>Minderverbrauch in % durch Wechsel</i>						<i>Basis</i>	- 7	- 31	- 42

Die Berechnungen beziehen sich auf Verbrauchszahlen mit dem Produktmix der im Berichtsjahr verkauften Anteile an den verschiedenen Technologien. Es wurde keine Effizienzsteigerung mitberücksichtigt. Die Zahlen sollen belegen, wie gross der Einfluss der Änderung des Kaufverhaltens und des Angebots auf den Energieverbrauch ist.

Die Indikatoren, welche im Bericht des Projekts Statistik dargelegt werden, stellen dar, dass die Elektrogerätebranche u.a. dank der eae auf Kurs des vereinbarten Ziels bis 2010 ist.

2.2 Qualitative Ziele

Wichtigstes Ziel der eae ist die Bewusstseinsveränderung zugunsten energieeffizienterer Geräte auf allen Handelsstufen. Die eae kann dabei auf das Netzwerk ihrer Organisationen zurückgreifen. Wirkung erzielt sie aufgrund ihrer Grösse und Mittel in diesem Bereich nur, wenn sie ihre eigenen Massnahmen über Partner multiplizieren kann. Wichtig ist deshalb die aktive Teilnahme von Entscheidungsträgern von Unternehmungen der Branchen, wie sie etwa in den Begleitgruppen zum Projekt PR&Awareness (Electrolux) und Datenbank (Electrolux, V-Zug, Relux) verwirklicht ist.

Der Erfolg bei der Auslösung von Eigenleistungen ist ein wichtiger Indikator dafür, dass dies 2003 der eae gut gelungen ist. Auf einen Erfolg weisen auch die guten Feedbacks bzw. die guten Frequenzen auf den eae-Ständen an den drei grossen Händlermessen (Swissbau, Ineltec und Orbit) hin. Zudem wurde die Aktion der eae am POS vom Handel sehr gut aufgenommen, wie an der Art der Umsetzung in den Verkaufsgeschäften, aber auch an der verbreiteten grundsätzlichen Zustimmung zur Aktion der eae, welche durch das systematische Nachfassen eruiert wurde, abgelesen werden konnte.

Dank der guten europäischen Vernetzung (Projekt Internationales) konnte abgestimmt und effizient vorgegangen werden. Die Schweiz wird als Partner der europäischen Bestrebungen für eine Förderung von Energieeffizienz bei seriellen Elektrogeräten verstärkt wahrgenommen. Das B2B-Geschäft muss 2004 noch mehr in die Aktionen der eae einbezogen werden.

3 Beurteilung der Aktivitäten

3.1 Geschäftsstelle

Die eae-Geschäftsstelle, welche am Geschäftssitz des eae-Präsidenten (FEA) angesiedelt ist, war im Berichtsjahr permanent besetzt und erfüllte die Aufgaben zur Zufriedenheit der Beteiligten. Die Kosten konnten im Vergleich zum Vorjahr gesenkt werden. Die im Jahresvertrag verlangte computertechnische Kompatibilität war gewährleistet. Erstmals wurden die Projekte auch über das MIS erfasst, was die Transparenz gegenüber dem BFE erhöht.

Die Tätigkeit der Geschäftsstelle soll 2004 im gleichen Rahmen fortgesetzt werden.

3.2 Hotline

Die eae-Hotline (0848 777 888) war mit Ausnahme von zwei Wochen Sommerferien das ganze Jahr über an Werktagen jeweils am Morgen besetzt. Die geplanten fünf Schulungen mit zwölf statt fünfzehn kf-Beraterinnen fanden statt. 41 Fachanfragen wurden von den Verbänden registriert (erwartet 75). Von den erwarteten 1000 Beratungsgesprächen der eae-Hotline wurden 450 durchgeführt.

Aufgrund der guten Ausbildung und des vorhandenen Know-hows bei den kf-Beraterinnen und der Fachkompetenz der Fachberater in den Verbänden findet die Auskunft auf einem hohen Niveau statt. Die Fachberatung ist quantitativ nicht lückenlos erfasst. Die Frequenzen sind durch Promotion des Angebots 2004 noch zu erhöhen, damit die gewünschte Wirkung erzielt werden kann.

3.3 Internet

Die beiden im Jahresplan vorgesehenen Internet-Auftritte (www.energyBrain.ch und www.eae-geraete.ch) wurden kontinuierlich geführt und erreichten das Zielpublikum. Mit 8'400 Besuchern/15'000 Hits (energyBrain) bzw. 6096 Besuchern/70'527 Hits (www.eae-geraete.ch) ist das Angebot noch ausbaubar. Mit der Promotion der eae-Gerätedatenbank erhalten die WEB-Sites 2004 eine zusätzliche Funktion. 2004 werden auch die Angebote auf den Hidden Pages im Bereich B2B erweitert.

3.4 Internationales

In den europäischen Gremien der Licht-, Büro- und Unterhaltungselektronik- und Haushaltgerätebranchen waren die Vertreter der eae aktiv und haben die Positionen von EnergieSchweiz eingebracht bzw. stimmten die Massnahmen der eae, der Wirtschaft und von EnergieSchweiz mit den europäischen Bestrebungen ab. Die eae unterhielt 2003 Kontakte zu mindestens zehn internationalen Organisationen. Vertreter der eae nahmen an sieben internationalen Meetings teil und berichteten dem BFE 25mal über Entwicklungen in Europa. Die verarbeitete Informationsmenge ist gross, wurde jedoch nicht im Detail erfasst.

Wichtig ist die Gewichtung und Einordnung der internationalen Informationen, was nur über das Fachwissen der eae-Mitglieder möglich ist, und die Abstimmung der Schweizer Massnahmen mit dem europäischen Kontext. Die Ziele wurden dank des guten Netzwerkes der eae-Verbände 2003 erreicht.

3.5 Energie-Effizienzstatistik

In den Branchen Haushalt(gross)geräte und Büro- und Unterhaltungselektronik wurden die vorgesehenen statistischen Daten erhoben. Nun sind erstmals auf der Basis gesicherter Daten Vergleiche möglich. Die statistischen Daten aus dem Bereich Licht werden 2004 vorliegen.

3.6 PR&Awareness

Die PR & Awareness Aktivitäten im Jahr 2003 konzentrierten sich vor allem auf die Ebenen: Aktivieren der Mitgliedsfirmen, Messen mit eigenen Stand und Unterstützung der Botschaften zur Energieeffizienz am POS.

Es ist entscheidend, dass die **Importeure und Hersteller** bei den eigenen Verkaufs- und Servicemitarbeitern, bei ihren Händlern und deren Verkaufspersonal auf die Energieeffizienz ihrer Produkte hinweisen und diese schulen. Speziell in Zeiten, in der die Leistungen der Produkte immer ähnlicher werden, sind bessere Nutzung der Energie, bzw. ein kleinerer Energieverbrauch Verkaufsargumente. Viele Mitgliedsfirmen unterhalten ein Umweltmanagementsystem, ein grosser Teil ist nach ISO 14'001 zertifiziert und es wird ein Umweltbericht verfasst, der auch die Massnahmen zum Energiesparen im Haus und zur Energieeffizienz bei den Produkten enthält. Viele Firmen verwenden die Aussagen der EnergieEtikette in den Werbe- bzw. Verkaufsunterlagen.

450 **Elektro- und Computerfachgeschäfte** der deutschen Schweiz wurden 2003 mit Eye-Catcher, Steller und Flyer zum Thema Energiesparen ausgerüstet. Die Flyer zu den Themen Haushaltgeräte, Licht und IT-Produkte wurden von Kunden mitgenommen und entfalten so eine nachhaltige Wirkung auch zu Hause. Bei jedem Geschäft wurde telefonisch nachgefasst und die Aktion erklärt. In lediglich drei Fällen wurde das Informationsmaterial zurückgewiesen.

Als Einstieg für Veranstaltungen und für das Internet wurde ein **Spot** in einer kurzen und längerer Version mit dem Jongleur und Steptänzer Lukas Weiss produziert, der in deutsch und französisch eindringlich auf das Energiesparen hinweist.

Am Auftritt der eae an der **Swissbau**, an der **Ineltec** und an der **Orbit** wurden spezielle, branchenspezifische Flyer zum Energiesparen verteilt und auf einer Treppe der Erkenntnisse zu Stromsparmassnahmen in dieser Branche vermittelt. Viele Wege zum Stromsparen machte an der Orbit eine Kugelbahn auf humorvolle Art anschaulich, konkrete Messungen zum Beweis „aus“ bedeutet nicht immer kein Stromverbrauch machten Eindruck und beim Millionenspiel konnten die Besucher ihr Wissen auch im Umfeld Energiesparen testen. Die eae registrierte an diesen drei Messen insgesamt 4'379 Kontakte.

Sowohl für den Bereich Heimanwendung, wie auch für das Businessgeschäft sind alle wichtigen Hersteller Partner des amerikanischen Energy Star - Programm, d.h. die Geräte im Sortiment erfüllen die Anforderungen von **Energy Star**, welche nicht nur energieeffiziente Geräte, sondern teilweise weitere Bedingungen umfasst. Das Erfüllen von verschiedenen Umweltaforderungen zeigen auch Produkte, die mit dem **blauen Engel** ausgezeichnet sind. Die Liste der Produkte mit Energy Star umfasste am Stichtag 27.2. 2004: 2835 Desktop-Computer, 603 Laptop, 3535 Monitore, 240 Fax, 312 Printer/Fax-Kombinationen, 1114 Printer, 413 Kopierer und 507 Multifunktionale Geräte. In vielen Ausschreibungen wird das Label Energy Star als Minimalbedingung für das Einreichen von Angeboten erwähnt. Die Kriterien sollen in Zukunft so festgelegt werden, dass nur noch die besten 30% Geräte die Auszeichnung erhalten.

3.7 Geräte-Datenbank

Der Pilot Gerätedatenbank konnte erfolgreich abgeschlossen werden. 15 von 17 Importeuren und Produzenten von Haushaltgrossgeräten aus dem FEA und die beiden Grossverteiler Migros und Coop schlossen die Konvention zur Teilnahme an der eae-Gerätedatenbank ab. Damit ist Gross- teil des Marktes abgedeckt. Noch nicht erfüllt ist die in der Konvention geforderte Deklaration der Energieklasse und die Erläuterung der energieEtikette auf der ersten Ebene der elektronischen Produkteinformationen (firmeneigene Homepages), analog zur Anbringung der energieEtikette im Ladengeschäft.

Eine unabhängige Evaluation des Datenbankpilots ergab die klare Empfehlung, das Projekt weiter zu führen. Ecoplan kam zum Schluss, dass

- die Datenbank funktioniert und benutzerfreundlich ist.
- die Datenbank ein Bedürfnis der Konsumenten und einzelner Glieder der Wertschöpfungs- kette erfüllt.
- ein mittelfristiges Potential von 20'000 bis 40'000 Nutzern realistisch ist.
- eine Stärke des Einkaufsratgebers die Vollständigkeit und Aktualität der Produkteinformatio- nen ist.
- eine Schwäche die fehlenden Preisangaben und die relativ schmale Produktpalette ist.
- Massnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads und eine bessere Benutzerführung emp- fohlen werden.

Die Gerätegruppen Geschirrspüler und Backöfen werden erst 2004 in die Datenbank integriert. Preise werden ab März 2004 in die Datenbank aufgenommen. Mit der Promotion der Datenbank wird im April 2004 begonnen. Die Verbesserungen in der Benutzerführung sollen bis im Juni ab- geschlossen werden.

4 Ausblick

Die Schwergewichte der eae für 2004 und die kommenden Jahre sind im Jahresplan 2004 darge- stellt bzw. werden im Herbst 2004 für die kommenden Jahre daraus abgeleitet. Die Strategie der eae richtet sich nach den in Kapitel 2 dargestellten Faktoren aus und beruht wie bisher auf dem Prinzip der Freiwilligkeit.

Grundlage der Tätigkeiten der eae bleiben die Informations-Grundleistungen Internet, Hotline, Statistik, Internationales und Datenbank.

Das Projekt PR&Awareness ist das Schwergewicht der Aktivitäten der eae. Es bildet eine Klamm- er über alle Tätigkeiten und motiviert auf allen Stufen der Handelskette zu Eigenleistungen. Dies ist für die Erreichung der Ziele von EnergieSchweiz insofern von entscheidender Bedeutung, da grundsätzlich die Hersteller und Handelsfirmen entscheiden, welche Produkte sie im Sortiment führen, und auf der andern Seite die Käufer und Nutzer, zu welcher Leistungs- bzw. Energieklasse ein anzuschaffendes Gerät gehört und wie es eingesetzt wird. Qualitative Fortschritte in den Akti- vitäten der eae können 2004 nur über Kooperationen erzielt werden, die 2004 verstärkt angestrebt werden.

5 Kontaktadressen

FEA (Präsident)	Dr. Rudolf Bolliger	Postfach 154 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
SLG	Dr. Charles Giroud	Postgasse 17, Postfach 686 3000 Bern 8 031 313 88 11 charles.giroud@bvberatung.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
eae-Geschäftsstelle	Martin Pfister	Postfach 154 Obstgartenstrasse 28 8035 Zürich 01 361 40 09 martin.pfister@eae-geraete.ch

6 Beilagen

- Finanzbericht der eae für 2003
- Reporting eae-Hotline 2003: Frequenzen
- Projekt Hotline: Übersicht Fachanfragen 2003
- Übersicht internationale Kontakte der eae 2003
- Zusammenstellung der internationalen Kontakte der eae 2003 und der Berichterstattung
- Schlussbericht September 2003: Gerätedatenbank und weiteres Informationsangebot über das Internet (db.eae-geraete.ch)