

29. April 2005, 3754413

# **Marktbereich Elektrogeräte**

## Jahresbericht 2004

**Autoren:**

Felix Frey

**EnergieSchweiz**

Bundesamt für Energie BFE, Worblentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern  
Tel. 031 322 56 11. Fax 031 323 25 00 · [office@bfe.admin.ch](mailto:office@bfe.admin.ch) · [www.energie-schweiz.ch](http://www.energie-schweiz.ch)

# Inhaltsverzeichnis

|   |  |   |
|---|--|---|
| 1 | Zusammenfassung.....                             | 4 |
| 2 | Quantitative Beurteilung der Zielerreichung..... | 4 |
| 3 | Beurteilung der Aktivitäten.....                 | 6 |
| 4 | Ausblick .....                                   | 7 |
| 5 | Diverses .....                                   | 7 |
| 6 | Kontaktadressen.....                             | 8 |

# 1 Zusammenfassung

- ◆ Zusammenfassende Beurteilung der Erreichung der Ziele gemäss Jahresplan:

Die meisten als Jahresziele gesetzten Indikatoren konnten übertroffen werden, für das Jahr 2005 können die Ziele in der Regel höher angesetzt werden, trotz reduzierten finanziellen Mitteln. Dies vor allem darum, weil die meisten Projekte vom einmal erreichten Bekanntheitsgrad weiter profitieren. Der Bekanntheitsgrad der verschiedenen Massnahmenpakete und ihre Einbettung im Marktumfeld können laufend gesteigert werden. Bei Projekten wie Geräte-Datenbank, Energieeffizienz-Statistik oder Minergie-Beleuchtung, die noch im Aufbau sind oder Grundlage für die Analyse der Verbrauchsentwicklung sind, können die allgemeinen Indikatoren keine schlüssige Beurteilung liefern. Hier sind nur qualitative Beurteilungen sinnvoll.

- ◆ Erläuterungen von Abweichungen (Problemanalyse); vorgesehene Änderungen:

Schwierigkeiten können natürlich auch auftreten, so hat der Marktcheck von S.A.F.E. die Geschäftsleitung des BFE mehr als nötig beansprucht. Der Auftritt in der Öffentlichkeit hat den Eindruck erweckt, das Projekt werde **im Auftrag** des BFE durchgeführt, einzelne Kommunikationsmassnahmen entsprachen aber nicht dem Standard, den ein Bundesamt einzuhalten hat. Da der Nutzen abklingend ist, verzichten wir ab dem Jahr 2005 auf eine weitere Unterstützung.

- ◆ Ausblick Schwerpunkte für das folgende Jahr:

Im Jahr 2005 sollen einerseits die bewährten Projekte und Aktivitäten der beiden Agenturen des Bereichs weiterentwickelt und weitergeführt werden, andererseits sollen im Bereich der elektrischen Antriebe erste Markt-Massnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz angegangen werden. Als Start in dieses Segment ist eine Druckluft-Kampagne mit finanzieller Beteiligung der einschlägigen Industrie beabsichtigt. Bedingt durch das kleinere Budget sind aber auch gewisse Abstriche zu machen, so wird beispielsweise im Jahr 2005 der Leuchtenwettbewerb „Goldener Stecker“ nicht durchgeführt. Auch für das Projekt PR+Awareness stehen weniger Mittel zur Verfügung.

## 2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

- ◆ Quantitative (GWh, l Öl) und qualitative Beurteilung der Zielerreichung (Soll/Ist-Vergleich):

Die Wirkungsanalyse ist in diesem Bereich noch nicht genügend ausgeprägt, um die energetische Wirkung mit verlässlicher Genauigkeit auszuweisen. Dies gilt für den ganzen Bereich, in noch ausgeprägterem Mass aber für die Agenturen einzeln und für Massnahmenbündel. Zudem sind per Ende April noch keine Ergebnisse der Wirkungsanalyse des Vorjahres verfügbar.

Im Jahr 2004 ist durch Infrac und HSG ein im Bereich verwendetes Instrument, die Energieetikette, evaluiert worden. Die Resultate haben das Jahr 2003 und vorangehende Jahre als Basis. Die Ergebnisse geben somit nur Indizien für die Wirkung im Jahr 2004 aber keine effektiven Zahlen für das Berichtsjahr.

Die eae erhebt Verkaufszahlen der wichtigsten Elektrogeräte, aufgeschlüsselt nach Merkmalen der Energieeffizienz. Zum Berichtszeitpunkt per Ende April liegen die entsprechenden Werte jedoch noch nicht vor. Die Beurteilung der Zielerreichung muss sich daher auf die Aussagen zu den Outputzielen der beiden Agenturen beschränken.

Der Elektrizitätsverbrauch der Elektrogeräte wird oft in direkten Bezug zum Verbrauch der Haushalte gebracht. Der Haushaltstromverbrauch beinhaltet jedoch auch den Einsatz der Haustechnik, der tendenziell eher zunehmen dürfte. Im Weiteren ist anzunehmen, dass die Statistik den Haushalten einen zunehmenden Verbrauchsanteil kleiner Dienstleistungsbetriebe zurechnet.

♦ Die exakte Bewertung der Zielerreichung in Bezug auf den energetischen Erfolg ist für das Jahr 2004, wie bereits oben dargelegt, noch nicht möglich. Aufgrund der Zahlen für die Jahre 2002 und 2003 darf aber davon ausgegangen werden, dass der Elektrizitätsverbrauch der Elektrogeräte insgesamt auch im Berichtsjahr nicht angestiegen ist.

♦ Erbrachten Leistungen und Nachfrageerfolg anhand der in den Rahmen- und Jahresverträge definierten Leitindikatoren:

- o Energie agentur elektrogeräte
  - eae-Hotline, Beratungen 475
  - Internationales, Kontakte und Info an BFE 30
  - PR+Awareness
    - energyBrain, visits 10'236
  - Geräte-Datenbank, visits 3'774
  - Energieeffizienz-Statistik zusätzlich Lampen und Verbrauch
- o Schweizerische Agentur für Energieeffizeinz
  - Publizistischer Wert von Printprodukten: CHF 1'312'554
  - Anzahl Internet-visits: 563'000
  - Anzahl Tage mit Ausstellungen: 175

♦ Quantitative Beurteilung der Erreichung der Leistungs- und der Marketing-Ziele: Soll/Ist-Vergleich anhand der vertraglich vereinbarten Zielsetzung.

- o Energie agentur elektrogeräte

Die eae Projekte befinden sich weitgehend in einer Aus- und Aufbau-Phase. Sie sind später gestartet worden als z.B. topten, welches wir bereits vor Beginn des Agenturvertrages unterstützt hatten. Die qualitative Erweiterung war zum Teil wichtiger als Internet-visits oder ähnliche Kennzahlen. Ab 2005 wird mehr Gewicht auf den Bekanntheitsgrad gelegt werden.

- o Schweizerische Agentur für Energieeffizeinz

| Leistung                 | Soll    | Ist     | Abweichung |
|--------------------------|---------|---------|------------|
| Publ. Wert Printprodukte | 1255000 | 1312554 | +4.59 %    |
| Anzahl Internet-Visits   | 300000  | 563000  | +87.67 %   |
| Tage mit Ausstellungen   | 100     | 175     | +75.00 %   |

### 3 Beurteilung der Aktivitäten

◆ Wichtigste Aktivitäten des Berichtsjahrs:

○ Energie agentur elektrogeräte:

- Hotline: Auskünfte an KonsumentInnen zu Energiefragen, mit Fokus auf Geräte.
- Internet: Laufend ergänztes und aktualisiertes Informationsangebot zur Energieverwendung, Basis für weitere Projekte
- Internationales: Information des BFE über das internationale Geschehen betreffend Elektrogeräte.
- Statistik: Geräteverkaufsstatistik nach Energieeffizienzkriterien.
- PR+Awareness: Bewusstheitsförderung für Energieeffizienz bei Herstellern, Importeuren, Planern, Käufern und Nutzern von Elektrogeräten.
- Gerätedatenbank: Technische Daten zu den Elektrogeräten mit energieEtikette. 2004 kamen weitere Anbieter dazu, neu sind Backöfen enthalten, zusätzlich sind nun Preise verfügbar.

○ Schweizerische Agentur für Energieeffizienz

- Topten Bestgeräte im Internet
- Energybox Ratgeber für Elektrizität im Haushalt
- Goldener Stecker Ausstellungen 2004
- Faktor Licht Broschüre
- Marktcheck
- Greenlight
- Electronics Summit
- Faktor Appliance Broschüre
- Timely Replacement
- Minergiebeleuchtung
- Beratung

○ Aktivitäten ausserhalb der beiden Agenturen

- Marktkontrolle Energieetikette
- Internet energieEtikette neuer, erweiterter Inhalt ab Dezember 2004
- Geräteausstattung von Mietwohnungen
- Branchenvereinbarung „effiziente Elektromotoren“

◆ Qualitative Bewertung der Aktivitäten:

○ Erfolge, Schwierigkeiten, Nutzen, Innovationen (inkl. Kommunikationsmassnahmen).

Ueberwiegend können die Projekte als sehr erfolgreich beurteilt werden. Beispiele sind steigende Benutzerzahlen bei Internet-Angeboten, der Ausbau der verschiedenen Angebote (Bsp. Geräte-Datenbank), das aktive Mitmachen der Branche usw.

Die Marktkontrolle der Energieetikette durch Electrosuisse/ESTI im Auftrag des BFE hat deren Anwendung wesentlich gesteigert. Speziell bei Printprodukten ist die Veränderung sehr gross.

Schwierigkeiten können natürlich auch auftreten, so hat der Marktcheck von S.A.F.E. die Geschäftsleitung des BFE mehr als nötig beansprucht. Der Auftritt in der Öffentlichkeit hat den Eindruck erweckt, das Projekt werde **im Auftrag** des BFE durchgeführt, einzelne Kommunikationsmassnahmen entsprachen aber nicht dem Standard, den ein Bundesamt einzuhalten hat. Da der Nutzen abklingend ist, verzichten wir ab dem Jahr 2005 auf eine weitere Unterstützung.

Auch im internationalen Vergleich stellt sich unsere Modell mit zwei Agenturen, einer von der Umweltseite und einer von Branchenseite, immer wieder als Erfolgsmodell heraus. Insbesondere die gute Zusammenarbeit mit der Branche findet in den meisten umliegenden Ländern nicht oder nur spärlich statt.

- ◆ Eingesetzte Mittel (finanziell, personell): Mittel EnergieSchweiz, weitere Mittel Bund, Mittel Kantone, Mittel Gemeinden, Eigenmittel Agenturen/Netzwerke, Mittel Dritter, Einnahmen:

BFE an eae: 1'165'000.- eae-Eigeleistungen: 8'261'000.- Total eae: 9'426'000.-

BFE an S.A.F.E.: 945'000.- Safe Eigen- und Drittleistungen: 2'520'000.-

Total SAFE: 3'465'000.-

- ◆ Kosten / Nutzenvergleich (3 Werte): Mittel des Bundes, Mittel des Bundes und der Kantone sowie total eingesetzte Mittel (inkl. Mittel der Agentur/des Netzwerkes und Drittmittel) pro eingesparte oder produzierte kWh:

Aufgrund der noch fehlenden Wirkungsanalyse muss der Kosten/Nutzenvergleich aufgeschoben werden.

## 4 Ausblick

- ◆ Zukünftige Schwerpunkte der Agentur/des Netzwerkes und vorgesehene Mittel.

Aufgrund der reduzierten Mittel und der Beurteilung der Projekte im Jahr 2004 werden einzelne Projekte nicht mehr oder mit einem zeitlichen Aufschub weitergeführt. Zu nennen sind der Marktcheck und der Goldene Stecker (1 Jahr ausgesetzt). Auch für PR+Awareness stehen weniger Mittel zur Verfügung. Trotz reduziertem Budget ist es wichtig, dass auch weiterhin neue Projekte möglich bleiben.

## 5 Diverses

- ◆ Die Zusammenarbeit mit der Forschung und Entwicklung sowie der Aus- und Weiterbildung ist auf der Basis von konkreten gemeinsam angegangenen Projekten gut eingespielt.
- ◆ Die Jahresberichte der beiden Agenturen, ergänzt mit Indikatoren, Finanzbericht, Kontaktlisten usw. geben ein detaillierteres Bild der Aktivitäten und des Erreichten als dies mit der Zusammenfassung im Bereichsbericht möglich ist.

## 6 Kontaktadressen

- ◆ Marktbereich Elektrogeräte: Felix Frey, BFE, Tel. 2 56 44
- ◆ Quellenangaben:
  - Jahresbericht 2004 der energie agentur elektrogeräte eae
  - Jahresbericht der Schweizerischen Agentur für Energieeffizienz S.A.F.E.
  - Evaluation der energieEtikette für Haushaltgeräte und Lampen, Infrac + HSG, 21.02.2005
  - Entwicklung des Elektrizitätsverbrauchs von Elektrogeräten, Prognos, Dezember 2002

Die Berichte sind im MIS oder im Internet des BFE verfügbar.

- ◆ Links:
  - [www.energieetikette.ch](http://www.energieetikette.ch)
  - [www.energie-schweiz.ch/internet/00330/index.html?lang=de](http://www.energie-schweiz.ch/internet/00330/index.html?lang=de)
  - [www.topten.ch](http://www.topten.ch)
  - [www.energie-schweiz.ch/internet/00330/index.html?lang=de](http://www.energie-schweiz.ch/internet/00330/index.html?lang=de)
  - [www.goldenstecker.ch](http://www.goldenstecker.ch)
  - [www.energieeffizienz.ch](http://www.energieeffizienz.ch)
  - [www.eae-geraete.ch](http://www.eae-geraete.ch)
  - [www.electricity-research.ch](http://www.electricity-research.ch)