

# EnergieSchweiz

## Newsletter Nr. 20



### Energieeffiziente Gebäude schonen Umwelt und Portemonnaie

**Mit der neu lancierten Gebäude-Kampagne informiert EnergieSchweiz praxisnah über Effizienzpotenziale beim Bauen und Sanieren.**

«Würden alle Gebäude in der Schweiz nach MINERGIE-Standard saniert, könnten jedes Jahr rund 2 Milliarden Franken statt für Heizkosten, für Sinnvolleres ausgegeben werden». Mit diesen Worten verdeutlichte Bundesrat Moritz Leuenberger die hohen Einsparpotenziale, die durch energieeffizientes Bauen und Sanieren realisiert werden können. Er eröffnete Ende November letzten Jahres im Rahmen der MINERGIE-Messe in Bern die neue Gebäudekampagne von EnergieSchweiz.

### Der Newsletter EnergieSchweiz stösst auf positives Echo

Ihre Meinung zum Newsletter EnergieSchweiz war in der Umfrage vom Newsletter Nr. 18 gefragt. Sie haben dies wahrgenommen und wir konnten uns über einen überdurchschnittlichen Rücklauf freuen. Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme.

Das Layout des Newsletters, der Inhalt und der Versand per E-Mail werden von 90% der Antwortenden sehr geschätzt. Nützlich und informativ sind Charakteristiken, die oft genannt wurden.

Mehr Bilder/Grafiken ja oder nein? Damit die Datenmenge (KB) des pdf-Files nicht noch grösser wird – ADSL-Anschluss ist nicht überall vorhanden – haben wir beschlossen, die Anzahl Bilder wie bis anhin beizubehalten.

Gewünscht werden vermehrt Informationen zu Projekten oder Artikel über konkrete Umsetzungsmassnahmen. Dem wollen wir nachkommen und bitten auch Sie, den Newsletter EnergieSchweiz vermehrt als Kommunikations-Plattform zur Information über spezielle Anlässe oder Projekte Ihrer Agentur bzw. Ihres Netzwerks zu verwenden.

**Hinweis:** Voraussetzung zum Öffnen der Newsletter-pdf-Datei ist das Programm Acrobat Reader. Unter [www.adobe.ch](http://www.adobe.ch) können Sie, wenn nötig, die neueste Version herunterladen.

Ab **Mitte März 2004** will die Kampagne Fachleute und Bevölkerung über die vielfältigen Möglichkeiten informieren, wie beim Bauen und Sanieren der Energieverbrauch und die Betriebskosten am Gebäude deutlich gesenkt sowie der Wohn- und Arbeitskomfort spürbar erhöht werden kann: durch den Einsatz moderner, energieeffizienter Technologien und erneuerbarer Energien. Dabei wendet sich die Kampagne an ein breites Fachpublikum: Von den einschlägigen Fachbranchen über Einfamilienhausbauer in spe, Ein- und Mehrfamilienhausbesitzer, Investoren und Liegenschaftsverwaltungen bis hin zum Dienstleistungssektor sowie Industrieunternehmen.

**Informationsportal gibt Tipps.** Vor allem die Internet-Plattform [www.bau-schlau.ch](http://www.bau-schlau.ch) dient **bereits** als Eingangsportale zu zahlreichen Informationen, Materialien, Planungsinstrumentarien und Tool-Kits. Hier finden die am Optimieren, Sanieren oder Bauen Interessierten für jeden Gebäudetypen (Ein- oder Mehrfamilien-, Dienstleistungs- oder Industriegebäude) anschauliche Beispiele für die wichtigsten Effizienzpotenziale an Dach, Fassade, Fenster und Heizung. Die Web-Seite, **die ständig weiter ausgebaut werden soll**, informiert über den Nutzen entsprechender Energie sparender Massnahmen. Links führen dann weiter zu detaillierten Informationen, Materialien und Tipps zur Realisierung.

Die aufgezeigten Einsparpotenziale greifen dabei keineswegs erst bei einer kompletten Sanierung – auch vernünftig aufeinander abgestimmte Teilsanierungen führen in finanzierbaren kleineren Schritten zum Ziel grösstmöglicher Energieeffizienz.

**Inserate motivieren.** Das zentrale Visual der geplanten Printinserate zeigt ein Einfamilienhaus ganz ohne Türen und Fenster unter dem Slogan «Sparen Sie Geld und Energie. Aber übertreiben Sie nicht». Mit ironischer Übertreibung lenkt es die Aufmerksamkeit direkt auf wesentliche Einsparpotenziale am Gebäude und motiviert auf humorvolle Art zum Gang auf die Homepage der Kampagne. Weitere Kommunikationsmittel wie Pressekonferenzen, überregionale und regionale Medienarbeit in Fach-, Verbands- und Publikumsmedien, Flyer, Direct Mailings und Newsletter, Messeauftritte sowie ein Wettbewerb sollen flankierend eingesetzt werden und die zentralen Informationen der Kampagne einem weiten einschlägig interessierten Publikum zugänglich machen.

**Starke Partner.** Neben der Hauptkampagne werden zusammen mit starken Partnern «Subkampagnen» initiiert. Sie wollen die zentralen Botschaften der Kampagne multiplizieren, vor allem aber auch auf die spezifischen Informationsbedürfnisse einzelner Publikumssegmente und Fachbranchen vertiefend eingehen. Partnerschaftsverhandlungen laufen derzeit bereits mit dem SIA, dem HEV, der Gebäudeversicherung Bern sowie der Erdölvereinigung Swiss Oil. Die Kantone, die für Energiesparmassnahmen im Gebäudesektor zuständig sind, verbreiten



Mit einem kräftigen Schlag auf das Energiebarometer demonstrierte Bundesrat Moritz Leuenberger die erheblichen Einsparpotenziale beim energiebewussten Bauen und Sanieren. Damit eröffnete er an der MINERGIE-Messe Ende November letzten Jahres in Bern die neue Gebäudekampagne 2004 von EnergieSchweiz.

und verankern als zentrale Partner der Kampagne deren Informationen und Botschaften regional weiter.

**Ab Ende Januar finden interessierte Partner Visual, Logo und Grafikelemente der Kampagne sowie Hinweise zu deren Anwendung (CD Manual) zum Downloaden auf der Homepage [www.bau-schlau.ch](http://www.bau-schlau.ch). Sie können dann bereits für die aktive Kommunikation genutzt werden.**

## Erfolgreiche MINERGIE-Messe

**Die 4. Schweizer Hausbau- und MINERGIE-Messe hat Ende November 2003 in Bern mit einem weiteren Aussteller- und Besucherrekord geendet. Rund 18'000 Besucherinnen und Besucher (+20%) haben vom Messeangebot profitiert. Die MINERGIE-Messe hat damit ihre Position als führende nationale Messe in den Themen Bauen, Energie, Erneuerbare Energien und Holzbau noch gestärkt.**

Ebenfalls positiv hat sich die Anzahl der Aussteller entwickelt. 288 Aussteller präsentierten an der Messe ihre Produkte, Dienstleistungen, zeigten Aktualitäten und neuste Trends zu den Themen Hausbau, Holzhausbau, Haustechnik, Erneuerbare Energien sowie MINERGIE. Praktisch alle Aussteller äusserten sich sehr zufrieden über die MINERGIE-Messe 2003. Sie lobten das grosse Interesse der zahlreich erschienenen Fachleute und Bauherrschaften.

### Vielseitiges Rahmenprogramm

Die 15 Fach- und Publikumsveranstaltungen waren gut bis sehr gut besucht. Inhaltlich neu aufgezeigt wurde mit Schwerpunkt, dass MINERGIE nicht nur ein Thema beim Neubau ist, sondern auch in anderen Anwendungsbereichen Erfolg versprechend ist, wie zum Beispiel bei der Sanierung von Gebäuden, bei mehrgeschossigen Bauten und bei Gewerbe- und Industriebauten.

### Weitere Messe-Highlights:

#### **Gebäudekampagne von EnergieSchweiz**

Bundesrat Moritz Leuenberger eröffnete am 28. November 2003 die Gebäudekampagne 2004 von EnergieSchweiz. Die Sensibilisierungskampagne will Bevölkerung und Fachwelt auf die erheblichen Effizienzpotenziale zur Senkung des Energieverbrauchs aufmerksam machen, die das Bauen und Sanieren birgt. In enger Partnerschaft mit den Kantonen und der Wirtschaft will die Kampagne dazu beitragen, dass energiebewusstes Bauen und Sanieren in der Schweiz zum Standard wird.

#### **Mehrwert schaffen dank Sanieren und Erweitern in MINERGIE**

Rund 250 Fachleute haben am 9. Herbstseminar teilgenommen und wurden über das Potenzial, die Entwicklung und neuste Techniken bei der Sanierung nach MINERGIE orientiert.

#### **Energiepolitik und MINERGIE im Kanton Bern**

Barbara Egger-Jenzer, Regierungsrätin, appellierte an die rund 120 erschienen PolitikerInnen und GemeindevertreterInnen aus dem Kanton Bern ihren grossen Handlungsspielraum auszuschöpfen und den MINERGIE-Baustandard aktiv und nachhaltig zu fördern. Mit einem kleinen Geschenk gratulierte sie den Gemeinden Tüscherz-Alfermée und Zolllikofen für ihren ersten und zweiten Platz in der Rangliste des MINERGIE-Ratings der Berner Gemeinden.

Die Erfolgsgeschichte geht weiter, und zwar mit der 5. Schweizer Hausbau- und MINERGIE-Messe 2005. Sie findet in den Monaten November/Dezember 2005 wiederum in der BEA bern expo statt. Anmeldungen oder weitere Informationen bei: Focus Events AG, Solothurnstrasse 102, 2504 Biel, Tel. +41 (0)32 344 03 87, Fax +41 (0)32 344 03 91, e-mail: [konstantin.brander@hsb.bfh.ch](mailto:konstantin.brander@hsb.bfh.ch)

## Glücksbringer energie-Etikette

### **Der 1. Preis des grossen Wettbewerbs von EnergieSchweiz, ein VW Polo im Wert von 24'000 Franken, geht nach Eggberg/Wattwil SG zu Marlies Kuratli.**

Rund 30'000 Personen kreuzten am Wettbewerb zur energie-Etikette die richtige Lösung an: *Der Bundesrat hat am 1. Januar 2003 die energieEtikette für neue PW eingeführt, weil er den CO<sub>2</sub>-Ausstoss senken will.* Kurz vor Weihnachten spielte Simone Mörikofer vom BFE Christkind und zog unter juristischer Aufsicht als Gewinnerin des 1. Preises Marlies Kuratli (21) aus Eggberg/Wattwil SG. «Ich konnte es schon Anfang Dezember kaum glauben, als mich der Telefonanruf aus Bern erreichte, und fasse es auch heute noch nicht recht», strahlte die glückliche Gewinnerin bei der Übergabe des VW Polo – natürlich ein Fahrzeug der energieeffizientesten Klasse A – in der Garage Edy Kobelt AG in Wattwil. «Ich machte mir bereits Gedanken, ein neues Auto zu kaufen, jetzt hat mir der Waschbär von EnergieSchweiz riesiges Glück gebracht und mir den Entscheid abgenommen.»



Marianne Zünd, Informationschefin beim BFE, überreicht Marlies Kuratli (links) den symbolischen Schlüssel zu ihrem nigelnagelneuen VW Polo.

Die übrigen Gewinnerinnen und Gewinner der weiteren 50 Preise wurden vor den vergangenen Festtagen schriftlich benachrichtigt.

# Neue Labelstrategie von EnergieSchweiz

Seit dem 1. Januar 2004 ist die neue Labelstrategie von EnergieSchweiz in Kraft. Sie bildet die Grundlage für eine erfolgreiche und wirkungsorientierte Labelpolitik im Energiesektor, hinter der alle Partner stehen können.

Energy-Label, FWS-Fachpartner, SPF Zertifikat, Solarprofis-Zertifikat, Solar-Keymark, Swisspellet und...und...und. Diese Liste an Gütesiegeln und Labels, die sich im Energiesektor tummeln, ist längst nicht vollständig. Und guckt man über die Grenze, wächst der Berg ins Unüberblickbare an. Angesichts des Label-Wirrwarrs schwirrt einem als Konsumentin oder Konsument schnell einmal der Kopf.

## Lernen aus dem Bio-Sektor

Das Problem ist aus dem Bio- und Öko-Sektor bekannt. Auch dort ist die Labelzahl über Jahre hinweg stetig gewachsen. Das Instrument «Label» führt sich auf diese Weise selbst ad absurdum. Denn: der wichtigste Zweck eines Labels ist schliesslich, auf einen Blick zu kommunizieren: «Hier hast du kontrollierte, gleich bleibende und verlässliche Eigenschaften eines Produkts.»

## Wie machen es Marktleader?

Coop und Migros haben auf diese Situation reagiert. Zwar ist die Vielfalt an Labels bei Migros und Coop unverändert gross. Die beiden Marktleader haben jedoch eigene Dachlabels geschaffen, unter denen Gütesiegel aus unterschiedlichsten Sortimentskategorien gruppiert werden können. Bei Migros heisst das Dachlabel ENGAGEMENT. Bei Coop ist vor allem das naturaplan Label den Konsumenten ein Begriff. Aus dieser Dachlabel-Strategie resultieren mehrere Vorteile: Zum einen



Einheitlich und doch flexibel: Die Dachlabel-Lösung, wie sie Migros anwendet.

kann das Dachlabel einfacher, wirkungsvoller und somit günstiger als «Marke» beworben werden. Zum Zweiten bleibt die Flexibilität bei den geführten Labels erhalten. Drittens beflügeln und stärken sich Dachlabel und Sub-Labels gegenseitig – eine Win-Win-Situation. Und last but not least wird es für Konsumentinnen und Konsumenten wieder einfacher, sich zu orientieren.

## An dieser Idee anknüpfen

In eine ähnliche Richtung stösst die Labelstrategie von EnergieSchweiz: Ein neues Dachlabel «EnergieSchweiz empfohlen» ersetzt das nicht genutzte Label «energiebewusst». Das Gütezeichen kann in den Kategorien Produkte und Dienstleistungen mit Produkt-Charakter verliehen werden. Das Label «EnergieSchweiz empfohlen» kann als offizieller Schirm verwendet werden, unter dem Eigenlabels, wie Wärmepumpen-Gütesiegel, Energy, MINERGIE usw., weitergeführt werden können.

## Identität und Unabhängigkeit gewahrt

Verschiedene Organisationen und Agenturen haben eigene Labels initiiert oder führen selber labelnahe Aktivitäten. Bei der Entwicklung der Labelstrategie von EnergieSchweiz wurden diese Partner nachhaltig eingebunden. Wichtige Grundlage waren intensive Informationsgespräche, in denen die beteiligten Akteure und Agenturen ihre Bedürfnisse und Wünsche einbringen konnten. Es stellte sich dabei schnell heraus, dass Unabhängigkeit, Entscheidungsfreiheit und Flexibilität ein zentrales Anliegen sind. Die Labelstrategie sollte, wenn irgendwie möglich, ohne Zwang und Beschränkung von Freiheiten funktionieren. Diesem Anliegen wird Rechnung getragen. So kann «EnergieSchweiz empfohlen» wahlweise eigenständig oder in Kombination mit Sub-Labels eingesetzt werden. In dieser Form können eigene Labels weitergeführt werden. Mit dem Dachlabel erhalten die Agenturen, Netzwerke und Beauftragten von EnergieSchweiz die Möglichkeit, untereinander den Auftritt zu vereinheitlichen, ohne auf eine eigene Identität verzichten zu müssen.

Auskunft zur Labelstrategie und den Labelaktivitäten von EnergieSchweiz erhalten Sie beim Bundesamt für Energie BFE, Hans-Peter Nützi, [hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch](mailto:hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch)

Die Labelstrategie können Sie beziehen bei: Bundesamt für Energie BFE, Beatrice Rohrbach, [beatrice.rohrbach@bfe.admin.ch](mailto:beatrice.rohrbach@bfe.admin.ch)

**Das Wichtigste auf einen Blick:**

1. Das Label «Energieschweiz Partner» wird in neu gestalteter Form angewandt. Die Auszeichnung von Partnern erfolgt nach klaren und strengen Qualitätskriterien.



2. Ein neues Dachlabel «Energieschweiz empfohlen» wird eingeführt. Dieses ersetzt das bestehende Label «energiebewusst».



3. Das Dachlabel «Energieschweiz empfohlen» wird in den Kategorien Produkte sowie Dienstleistungen mit Produkt-Charakter verliehen. Eine solche Dienstleistung mit Produkt-Charakter wäre z.B. ein Heizungs-Checkup.



4. Klassische Dienstleistungen wie Beratertätigkeit oder Expertenaufträge werden durch EnergieSchweiz nicht ausgezeichnet.
5. Ebenso verzichtet EnergieSchweiz darauf, Energieträger auszuzeichnen. Dies soll den Wirtschaftsorganisationen überlassen bleiben.

## Controlling Energie-Schweiz – Neue Prozesshandbücher und Formulare für Projektanträge

Das Controlling von EnergieSchweiz wurde im Jahr 2003 konsolidiert. Eine wichtige Grundlage stellt dabei das Management-Informationssystem (MIS) dar. In dieser Datenbank werden sämtliche von EnergieSchweiz unterstützten Projekte durch die Agenturen und Netzwerke erfasst. Diese können unter [www.misinteractive.ch](http://www.misinteractive.ch) eingesehen werden. Die Markttransparenz wird dadurch wesentlich verbessert. Das MIS stellt zudem verschiedene Hilfsmittel für ein effizientes Controlling zu Verfügung. Diese werden periodisch überarbeitet und ergänzt. Seit 1. Januar 2004 sind die folgenden aufdatierten Hilfsmittel verfügbar:

- Prozesshandbuch für Agenturen und Netzwerke (Download über MIS)
- Prozesshandbuch für Beauftragte von Agenturen und Netzwerken (Download über <http://www.misinteractive.ch/download.php?lang=de>)
- Formular für Projektanträge eForm A (Download über <http://www.misinteractive.ch/download.php?lang=de>)

Für Fragen in Zusammenhang mit dem Controlling können Sie sich wenden an: Bundesamt für Energie BFE, 3003 Bern, Hans-Peter Nützi, Tel. 031 322 56 49, [hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch](mailto:hanspeter.nuetzi@bfe.admin.ch)

Für Fragen zur Datenbank MIS und eForm A: TNC Consulting, Thomas Nordmann, 8703 Erlenbach, Tel. 01 991 55 77, [mis@tnc.ch](mailto:mis@tnc.ch)

## Wettbewerb prix pegasus: 100'000 Franken für nachhaltige Mobilitätsideen

Gesucht sind innovative Ideen für eine energieeffiziente Mobilität. Die Umsetzung der besten Ideen wird von EnergieSchweiz mit gesamthaft 100'000 Franken unterstützt.

sun21 und EnergieSchweiz schreiben den prix pegasus zum zweiten Mal gemeinsam aus, weil sich beide Organisationen für mehr Energieeffizienz und die Förderung der nachhaltigen Energienutzung einsetzen.

Projekteingaben sind bis zum 5. März 2004 einzureichen. Die Preisverleihung findet im Rahmen des 7. Internationalen Energieforums sun21 am 22. Juni 2004 in Basel statt. Wettbewerbsunterlagen und Infos unter [www.prixpegasus.ch](http://www.prixpegasus.ch)

**Das Wichtigste in Kürze**

**prix pegasus**

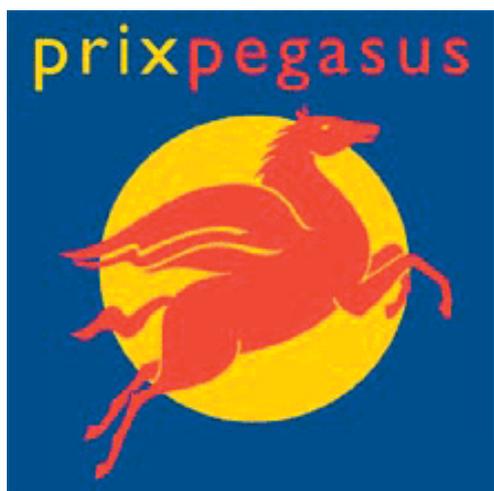
- Gesucht: innovative Ideen für eine nachhaltige Mobilität
- Förderpreis: Fr. 100'000.–, gestiftet von EnergieSchweiz lanciert von EnergieSchweiz und sun21

**Teilnahmebedingungen**

- Ausgezeichnet werden Projektideen, welche noch nicht realisiert sind.
- Zugelassen sind: Firmen, Privatpersonen, Organisationen, Gemeinden und Kantone
- Zentrale Bewertungskriterien sind Energieeffizienz-Potenzial, Innovation, Realisierbarkeit.

**Eingabefrist**

- 5. März 2004



**Anmeldung**

- Das Formular zur Projekteingabe finden Sie ausschliesslich unter [www.prixpegasus.ch](http://www.prixpegasus.ch).

**Preisverleihung**

- Die nominierten Ideen und das preisgekrönte Projekt werden am 22. Juni 2004 im Rahmen des 7. Internationalen Energieforums sun21 in Basel der Öffentlichkeit vorgestellt.

a u i s s e e o l e



**Schweizer Windenergie 2004:**

**Wachstum 83%!**

2004 kündigt sich als «Jahr der Windenergie» an: Der bestehende Windpark auf dem Mont-Crosin soll um zwei Windturbinen mit je 1,75 Megawatt (MW) Leistung erweitert werden und beim neuen Standort Entlebuch-Feldmoos sprechen Planung und Bewilligungsverfahren dafür, dass im Sommer eine 0,9-MW-Anlage installiert werden kann. Damit ist in der Schweiz nahezu mit einer Verdoppelung der installierten Windenergieleistung zu rechnen.

Wer den geregelten Ausbau der Windenergie in der Schweiz unterstützen möchte, kann die Charta «com-éole» online unterschreiben ([www.suisse-eole.ch/association-com-eole-d.htm](http://www.suisse-eole.ch/association-com-eole-d.htm)).

*Suisse Eole*

**Kalender EnergieSchweiz 2004**

Datum	Veranstaltungen	Kontakt
06.02.	<b>Entwicklungschance Windstrom, Internationale Tagung, Bern</b>	<a href="mailto:kontakt@suisse-eole.ch">kontakt@suisse-eole.ch</a>
04.03.–14.03.	<b>Autosalon, Genf</b>	<a href="mailto:chantal.purro@bfe.admin.ch">chantal.purro@bfe.admin.ch</a>
06.03.–14.03.	<b>Habitat et Jardin, Lausanne</b>	<a href="mailto:chantal.purro@bfe.admin.ch">chantal.purro@bfe.admin.ch</a>
18.03.–19.03.	<b>European Conference on Green Power Marketing, Lausanne</b>	<a href="mailto:info@greenpowermarketin.org">info@greenpowermarketin.org</a>
22.04.–23.04.	<b>9. Jahreskonferenz von Energie-Cités, Martigny</b>	<a href="http://www.energie-cites.org/conference">www.energie-cites.org/conference</a>
24.06.–28.06.	<b>sun21, Basel</b>	<a href="mailto:info21@sun21.ch">info21@sun21.ch</a>
26.06.	<b>prix pegasus, Preisverleihung an der sun21, Basel</b>	<a href="mailto:info@prixpegasus.ch">info@prixpegasus.ch</a>
24.06.–25.06.	<b>Bilanzkonferenz EnergieSchweiz, Zürich</b>	<a href="mailto:beatrice.rohrbach@bfe.admin.ch">beatrice.rohrbach@bfe.admin.ch</a>
02.09.–06.09.	<b>Schweizer Messe für Bauen und Modernisieren, Zürich</b>	<a href="mailto:walo.luginbuehl@bfe.admin.ch">walo.luginbuehl@bfe.admin.ch</a>

**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.energieschweiz.ch](http://www.energieschweiz.ch)