

St. Moritz

# Steiler Weg von der Nische zum Massenmarkt

## «2500 Meter näher an der Abendsonne»

«Stimmungsvolles Abendessen im Berghotel 'Muottas Muragl' auf 2500 m ü. M., mit atemberaubendem Panoramablick auf die Engadiner Bergwelt. Welcome-Konzert mit dem Alphorn-Ensemble Engiadina St. Moritz...» dies ist eine Kostprobe aus dem Rahmenprogramm der «aussergewöhnlichen Konferenz in einmaliger Atmosphäre», die im «bekanntesten und traditionsreichen Kurort St. Moritz» ausgerichtet wird.

Und auch was Elektrizität betrifft hat St. Moritz Tradition: Im «Kulm»-Hotel, wo das internationale Forum tagt, brannte im Jahre 1879 in einem Saal des Hotels das erste elektrische Licht in der Schweiz, das sonst nur noch auf Ausstellungen zu sehen war. Johann Badrut (1819–1889), Pionier des Bündner Tourismus, hatte auch auf diesem Gebiet Pionierarbeit geleistet.

Rätia-Energie hat in der Vermarktung des Stromes neue Wege eingeschlagen und ist eine Zusammenarbeit mit «St. Moritz Top of the World» eingegangen. Die Marke St. Moritz biete eine ideale Voraussetzung für eine Kooperation, betonte Rätia-Energie-Direktor *Karl Heiz*: Hoher Bekanntheitsgrad, ein gutes Qualitätsimage und eine klare Identifikation der Produkteherkunft ebenso wie eine Identifikation mit Natur und intakter Landschaft machten den Weg frei für eine breit angelegte Markeneinführung.

Die Referenten des Forums kommen aus Europa und den USA, internationale Perspektiven und Trends werden durchleuchtet, ebenso Strategie und Preispolitik debattiert. Über das Zusammenspielen von Green Power und Tourismusdestinationen sprechen am Freitag *Karl Heiz*, Direktor Rätia Energie, und *Hans P. Danuser*, Direktor Kur- und Verkehrsverein St. Moritz. Eine Podiumsdiskussion über den Einfluss von Labels rundet das Programm ab. (W)

► «Steiler Weg von der ...»

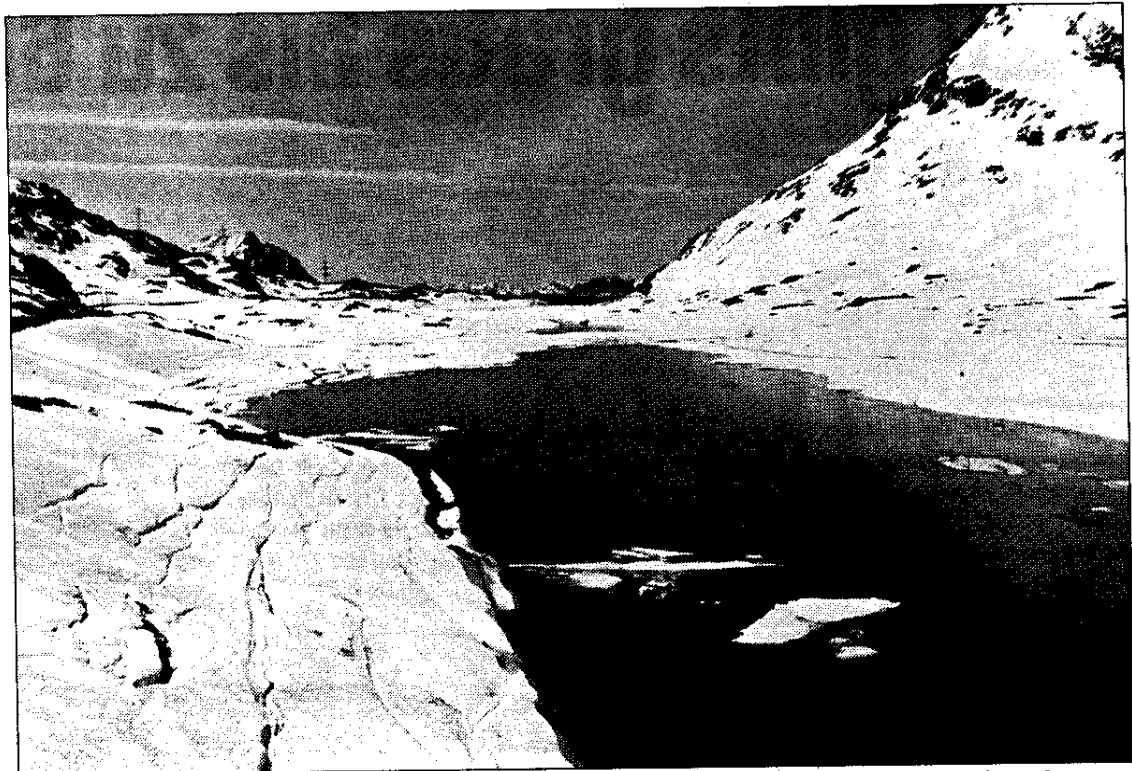
**«Von der Ökonische zum Massenmarkt»: Rund 170 Experten aus der Strombranche, aus Wissenschaft und Marketing diskutieren seit gestern Fragen rund um die Vermarktung von erneuerbaren Energien.**

Von Claudio Willi

Ökostrom sei für die Branche nicht bloss Imagepflege, sondern «eine strategische Notwendigkeit»: Diesen Kernsatz unterstrich *Rolf Wüstenhagen* vom Institut für Wirtschaft und Ökologie an der Universität St. Gallen in St. Moritz bei der Eröffnung der ersten europäischen «Green Power Marketing»-Konferenz. In einem liberalisierten Strommarkt hätten saubere Stromquellen ihre ganz besondere Chance.

### Verdoppelung bis 2010

Heute bestehe die Energieversorgung Europas noch zu 67 Prozent aus nichterneuerbaren Energien. Der Wille, «den Weg zu einer nachhaltigen Energiezukunft einzuschlagen», sei aber bei den Regierungen Europas vorhanden. Diese förderten denn auch auf verschiedenen Wegen den Ausbau der erneuerbaren Energien. Die EU-Kommission habe das ehrgeizige Ziel, den Anteil an erneuerbaren Energien an der europäischen Energieversorgung bis zum Jahr 2010 zu verdoppeln. Allerdings, in



**Saubere Wasserkraft aus Bündner Bergseen hat auch im offenen Strommarkt intakte Chancen: der Lago Bianco, der als Speicherkraftwerk Spitzenenergie liefern kann.** (Foto Tamara Defilla)

einem liberalisierten Markt entschieden aber letztlich die Kunden über den Erfolg oder Misserfolg von Stromprodukten. Durch die Angebote eines Green Power Marketings werde ein Kundenbedürfnis angesprochen, das Zukunft habe, denn die Energieversorgung werde nachhaltiger gestaltet, zeigte sich Wüstenhagen überzeugt.

Heute belieferten auf dem europäischen Green-Power-Markt etwa 300 Anbieter rund eine Million Kunden mit umweltverträglichem Strom. Vergleichbar sei dies mit

der Situation im Biolebensmittelmarkt vor einigen Jahren, liege der Marktanteil des Ökostroms in Europa heute noch im einstelligen Bereich, doch seien Ansätze erkennbar, die auch hier für einen Übergang «von der Nische zum Massenmarkt» sorgen könnten.

Bruno Hürlimann, Leiter Markt und Kunden von EWZ (Elektrizitätswerke Zürich), referierte über die EWZ-Solarstrombörse. Dort werde Strom aus Solaranlagen eingekauft und der Kundschaft ohne Preisaufschlag weiterverkauft.

Um sich in einem liberalisierten Umfeld als Stromhändlerin behaupten zu können, setzt auch Rätia-Energie auf erneuerbare Energien und Markenprodukte.

Direktor Karl Heiz betonte gegenüber dem BT, heute werde in einem Stammgebiet der Rätia Energie, im Prättigau, nach wenigen Monaten ein Prozent in Ökostrom umgesetzt; bis fünf Prozent der Kunden sollten innerhalb von zwei Jahren erreicht werden. Und einiges verspricht sich Heiz vom Export.