

## «Ökostrom braucht neue Förderinstrumente»

Ein gestärktes und stabiles Förderumfeld könnte den Ökostrom-Marktanteil hierzulande auf mittelfristig zehn Prozent verbessern. Unterstützend wirkt die europaweit harmonisierte Zertifizierung des grünen Stroms. Bernd Kiefer, Inhaber des gleichnamigen Zürcher Beratungsbüros und Gründungsmitglied der Konferenz, erklärt, was die dritte «European Conference on Green Power Marketing» zu bieten hat.

Interview: Pieter Poldervaart

*Heutzutage bietet die Mehrheit der Elektrizitätswerke Ökostrom an - ist das Thema somit passé?*

Bernd Kiefer: Im Gegenteil. Der Schwung illustriert, was ein paar Pioniere ausgelöst haben. Noch bei unserer ersten Konferenz 2001 kamen die Initiativen im Vermarktungsbereich von Ökostrom, also Green Power Marketing (GPM), vor allem aus den USA und den Niederlanden. 2002 dann legt der Hamburger Anbieter «Lichtblick» einen fulminanten Start hin. Mit seinen deutschlandweit 100'000 Kundinnen und Kunden beweist er, dass der Nischen- zum Massenmarkt geworden ist. Wenn sich heute jedes Stadtwerk ein entsprechendes Angebot zulegt, ist dies aber oft bloss ein halbherziges Bekenntnis: Man will verhindern, dass Kundschaft abwandert. Vom aktiven Vermarkten sind viele Beteiligten noch sehr weit entfernt.

*Wenn etwa die Rätia-Energie deutschen Urlaubern anbietet,*



Bernd Kiefer

*nicht nur eine Bündner Nusstorte, sondern auch Strom als Souvenir heim zu nehmen, ist das eine witzige Marketingidee. Doch kann die Kundschaft darauf vertrauen? Rätia-Energie ist ein Musterbeispiel, wie Green Power verkauft werden soll - sehr professionell und aktiv. So scheut das Unternehmen auch nicht vor entsprechenden Investitionen zurück, etwa in Windfarmen in Süditalien. Die Glaubwürdigkeit des Produkts ist das A und O. Zum Glück gibt es zu diesem Zweck das Renewable Energy Certificate System (www.recs.org), mit dem die spezifischen Ansprüche an Green Power europaweit harmonisiert werden, was den grenzüberschreitenden Handel erst ermöglicht.*

*Das Nicht-EU-Mitglied Schweiz hat das Elektrizitätsmarktgesetz verworfen - ein Handicap fürs GPM?*

Tatsächlich gibt es in Europa immer wieder Stimmen, die kritisieren, dass Schweizer EW zwar Wasserkraft in grossem Stil exportieren, der Zugang zum Schweizer Markt aber verschlossen ist. Deswegen gab es bereits Stimmen, welche die Ausgrenzung der Schweizer vom europäischen Green Power-Markt forderten.

*Die Schweiz produziert 60 Prozent*

*ihres Stroms aus Wasserkraft, unser Land hat im GPM also international gute Karten.*

Aufgepasst: Längst nicht jeder Wasserstrom ist nachhaltig, entsprechend genügt nur solcher aus zertifizierten Wasserkraftwerken den Anforderungen des Premium-Labels «Naturemade star». Sich auf dem «Wasserpolster» auszuweichen ist zudem gefährlich. Österreich etwa, das heute 70 Prozent seines Strombedarfs aus Wasserkraft gewinnt, hat sich zum Ziel gesetzt, die EU-Vorgaben in Sachen Green Power ebenfalls umzusetzen und bis 2010 zusätzliche acht Prozent der Produktion aus Wind, Kleinwasserkraft und Biomasse zu gewinnen.

*Hierzulande schaffen Gemeinden und Kantone, nicht aber der Bund Anreize für mehr Greenpower - wie sind im Vergleich die Erfahrungen aus dem Ausland?*

Die Instrumente anderswo sind dank der entsprechenden EU-Direktive deutlich wirksamer. In den Niederlanden beispielsweise können Ökostromkunden einen Abzug von ihren Steuern machen, was sehr erfolgreich ist - 30 Prozent der niederländischen Stromkunden beziehen Green Power. Für die Zukunft überzeugend sind Quoten- oder Absatzzielmodelle, Vereinbarungen also, die der Staat mit der E-Wirtschaft abschliesst. Auch in der Schweiz sind solche

Modelle in der Diskussion.

*Welche Faktoren braucht es, um den Greenpower-Markt insgesamt anzukurbeln?*

Zum einen ist ein stabiles Förderumfeld nötig, also ziemlich genau das Gegenteil dessen, was wir heute in der Schweiz haben. Zweitens sollte immer auf Konsumentennähe und Effizienz der Förderinstrumente geachtet werden. Und schliesslich darf das gute Image von Ökostrom nicht gefährdet werden. Hier gilt es, das Negativbeispiel des deutschen Energie-Einspeisegesetzes zu beachten, dessen Nutzniesser vollkommen unberechtigt der Vorwurf der Subventionsjägerei gemacht wird. Sehr wichtig für die Endverbraucher ist schliesslich die Stromdeklaration. In der EU gilt die Deklarationspflicht auf der Stromrechnung ab Mitte 2004. Österreich hat sie schon früher eingeführt. Das Erstaunliche: Die Kundschaft reagierte plötzlich sehr sensibel und verlangt, dass der angebotene Strommix dem nationalen Produktionsanteil von Wasserkraft (70 Prozent) angepasst wird. Die Deklaration des Strommixes auf der Stromrechnung würde auch in der Schweiz der Green Power Rückenwind geben, wobei langfristig zehn Prozent Marktanteil für Premium-Ökostrom in «naturemade star»-Qualität anzustreben wären.

### Chancen von Greenpower-Marketing

ppl. Welche Auswirkungen haben die neuen Instrumente Disclosure und CO<sub>2</sub>-Emissionshandel auf Nachfrage und Preise von grünem und grauem Strom? Welche aktuellen Entwicklungen gibt es in der internationalen Politik, im Handel und im Marketing von Green Power? Die dritte europäische Konferenz zu Green Power Marketing, die am 18. und 19. März in Lausanne stattfindet, will Antworten auf diese Fragen geben.

Detail-Infos und Anmeldung: Green Power Marketing, Weberstrasse 10, 8004 Zürich, [www.greenpowermarketing.org](http://www.greenpowermarketing.org)