



EUROPEAN CONFERENCE
GREEN POWER  MARKETING

Mit «Green Power Marketing» von der Öko-Nische zum Massenmarkt.

Programm

28. - 29. Juni 2001
St. Moritz, Schweiz

Trägerschaft:



Hauptponsoren:



Kooperationspartner:



Wettbewerbsvorteile mit neuen Energiemärkten.

Nutzen Sie Ihre Chance.

Als Veranstalter freuen wir uns, Sie mit diesem Programm zur ersten Europäischen Konferenz für Green Power Marketing nach St. Moritz einzuladen.

Durch die veränderten Rahmenbedingungen in der Energiebranche eröffnen sich grosse Chancen für neue Märkte. Erneuerbare Energien spielen dabei eine wichtige Rolle – und dies nicht mehr nur aus reiner Imagepflege sondern in Form von konkreten Absatzmärkten mit überdurchschnittlichen Wachstumspotenzialen. Diejenigen Unternehmen werden davon profitieren, welche den Handel und die Vermarktung dieser Energien mit einem zielgerichteten, ganzheitlichen Marketing-Mix anzugehen wissen.

Marktanteile mit Ökostrom können nicht nur mit kommunikativen Massnahmen gewonnen werden. Im Zentrum steht der Kunde, der mit dem gezielten Einsatz von sämtlichen Marketinginstrumenten glaubhaft und längerfristig als Marktteilnehmer gewonnen werden kann.

Green-Power-Marketing-Mix



Nicole Giger
Konferenz-Managerin



Dr. Rolf Wüstenhagen
Programmverantwortlicher

Lassen Sie sich in St. Moritz von international anerkannten Experten aus der Elektrizitätswirtschaft und aus dem Marketing, Vertretern der Wissenschaft und von NGOs die Marktchancen von Ökostrom aufzeigen. Praxisnah und wissenschaftlich fundiert. Und geniessen Sie die herrliche Bergregion, eine Quelle der Wasserkraft und ein idealer Standort für die Sonnen- und Windenergieproduktion.

Willkommen am 28. und 29. Juni 2001 in St. Moritz!



Führen Sie Green Power zum Markterfolg.

Der gesamte Marketing-Mix in sechs Sessionen.

Donnerstag, 28. Juni 2001

Welcome

08:30 Ausgabe der Tagungsunterlagen und Begrüßungskaffee

09:00 Die globale Umweltsituation aus der Sicht der Vereinten Nationen

Jacqueline Aloisi de Larderel,
Director of the UNEP Div. of
Technology, Industry and Eco-
nomics, Paris (angefragt)

09:15 Green Power: Der Weg zur europäischen Integration
- Ziele der EU im Bereich erneuerbare Energien
- Mit Green Power Marketing zum nachhaltigen EU-Binnenmarkt?

Dr. Roberto Vigotti, Chairman
Working Group Renewables,
EURELECTRIC,
Cologno Monzese, Italien

09:30 Auf dem Weg zu nachhaltigem Konsum im Energiesektor
- Möglichkeiten und Grenzen staatlicher Programme in liberalisierten Märkten
- Information und Konsumentenentscheidungen als Schlüsselfaktoren

Adriana Farah, OECD
Environment Directorate, Paris

Session 1: Internationale Perspektiven und Trends

10:00 Green Power Marketing in Europa: Ein Überblick
- Aktuelle Trends in den europäischen Strommärkten
- Green Power Marketing: Ist-Stand und Perspektiven
- Erfolgsfaktoren für Green Power Marketingstrategien

Dr. Rolf Wüstenhagen, IWÖ-
HSG und SAM Sustainability
Group, Zürich, Schweiz

10:30 Green Power Marketing in den USA: Ein Überblick
- Chancen durch Wahlfreiheit der Kunden im US Energiemarkt
- Historische Entwicklung und aktueller Stand des US Green Power Marktes
- Zusammenspiel von Green Power Marketing und Energiepolitik

Blair Swezey, Nat. Renewable
Energy Laboratory, Golden,
CO, USA

11:00 Synthese, Reflektion und Diskussion

12:00 Mittagessen

Session 2: Strategie und Produktpolitik

13:30 Die Rolle von Green Power bei der erfolgreichen Positionierung eines Newcomers im Wettbewerb
- Green Power als Bestandteil des Produktportfolios
- Vertriebskanäle für Green Power
- Chancen für Green Power im Massenmarkt?

Dr. Henning Borchers, Ge-
schäftsführer best energy
GmbH, Berlin, Deutschland

14:00 Vom Start-up zum weltweit führenden Markenanbieter von Green Power
- Ein revolutionäres Geschäftskonzept als Startpunkt
- Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für Marketingstrategien im liberalisierten Markt
- Die kalifornische Stromkrise als Chance für Green Power

Julie Blunden, President Wes-
tern Region, GreenMoun-
tain.com, San Francisco, USA

14:30 Vom Nischen-Marketing zum Erfolg im Massenmarkt
- Verdopplung der Kundenzahl am Beispiel NUON
- Kommunikation zur Erreichung neuer Zielgruppen
- Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage als Herausforderung
- Neukunden als Meinungsführer

Wim van den Essenburg, Ma-
nager Marketing Green Energy,
NUON, Arnheim, Niederlande

15:00 Synthese, Reflektion und Diskussion und anschliessend Kaffee-Pause

Donnerstag, 28. Juni 2001, Fortsetzung

Session 3: Preispolitik

- 16:00 **Power Pricing: Der Weg zu steigender Profitabilität**
- Preis als DER Gewinntreiber
 - Die entscheidende Grösse: Value-to-Customer
 - Preisdifferenzierung und Preisbündelung
 - Implementierung eines kontinuierlichen Power-Pricing-Prozesses
- Dr. Michael Laker, Senior Partner, Simon, Kucher & Partners, Bonn, Deutschland
- 16:30 **Conjoint Measurement als Mittel zur Verbesserung von Preisstrategien für Green Power Produkte**
- Marktforschung als zentraler Erfolgsfaktor bei der Produktgestaltung
 - Kundenpräferenzen für Produkteigenschaften von Green Power
 - Einsatz von Conjoint Measurement bei E.ON
- Roman Angulanza, Leiter Produktmanagement Privat- und Gewerbekunden, E.ON Vertrieb GmbH, München, Deutschland
- 17:00 **Nachfrage von Firmenkunden: Eine Marktchance für Green Power Anbieter**
- Anforderungen von Firmenkunden an Green Power Produkte
 - Zentrale Faktoren bei der Kaufentscheidung
 - Kommunikation des Green Power Bezugs gegenüber dem Endkunden
- John Ashley, Procurement Manager, EMI Music, Grossbritannien
- 17:30 **Synthese, Reflektion und Diskussion**
- 18:00 **Apéro offeriert von Rätia Energie**
- 19:00 **Stimmungsvolles Abendessen im Berghotel Muottas Muragl (2500 m ü. M.)**

Freitag, 29. Juni 2001

Session 4: Kommunikation

- 08:30 **Erfolgreiche Markenstrategien für Green Power Produkte**
- Die Marke als Chance im Stromwettbewerb
 - Entscheidend ist die Markenpersönlichkeit – auch bei Green Power Marken
 - Mehrwert – Preis – Stimmigkeit
 - Gute und schlechte Beispiele
- Oliver Biermann, Geschäftsführer Ogilvy&Mather, Düsseldorf, Deutschland
- 09:00 **Kundenwahrnehmung von Green Power Produkten**
- Wie nehmen Kunden ein Produkt wahr, dessen Nutzen nicht individuell spürbar ist?
 - Kundenpräferenzen aus Fokusgruppenbefragungen
 - Konsequenzen für Markenaufbau, Vertriebswege und Kommunikation
- Dr. Johannes Schimmel, Geschäftsführer Bereich Marketing/Produkte Swiss City-power AG, Zürich, Schweiz
- 09:30 **Maximaler Mehrwert dank innovativer Kommunikation**
- Markteintritt ohne Millionenbudgets?
 - David gegen Goliath im britischen Strommarkt
 - Das Unternehmen als Marke
- Dale Vince, Managing Director, Ecotricity, Stroud, Grossbritannien
- 10:00 **Synthese, Reflektion und Diskussion**
- 10:30 **Kaffee-Pause**



Freitag, 29. Juni 2001, Fortsetzung

Session 5: Distribution

- 11:00 e-commerce: Erfolg versprechende Distributionsstrategien für Green Power
- Konzeption und Realisierung des Handelsplatzes enyco
 - Wie wird der Strommarkt Green Power bei enyco behandelt?
 - Besondere Marketingmassnahmen für Green Power
 - Erfahrungen und Ergebnisse
- Ulrich Rethfeld, Vorstand,
enyco SG, Ottobrunn,
Deutschland
- 11:30 Vertriebsperspektiven im internationalen Green Power Marketing
- Aktuelle Trends an den europäischen Strommärkten
 - Konsequenzen für Marketing und Vertrieb
 - Green Power im Produktportfolio
 - austrian-power.com: e-commerce für Green Power
- Christian Kern, Geschäftsführer,
Verbund Stromvertriebs
GmbH, Wien, Österreich
- 12:00 Franchising vs. Direktbelieferung von Retailkunden
- Franchising und Direktbelieferung als alternative Vertriebswege für Green Power
 - Voraussetzungen, Vor- und Nachteile von Franchise-Partnerschaften
 - Netzzugang und Monitoring als Herausforderungen für die Direktbelieferung
 - Schlussfolgerungen für die Distribution von Green Power Produkten
- Dr. Kai-Hendrik Schlusche,
NaturEnergie AG, Grenzach-
Wyhlen, Deutschland, vs.
Sven Teske, Greenpeace
Energy, Hamburg,
Deutschland
- 12:30 Synthese, Reflektion und Diskussion
- 13:00 Lunch
- 13:15 Lunchpräsentation (20 Min.)
Co-Branding von Green Power und Tourismusdestinationen:
Der Fall Pure Power St. Moritz
- Strategieüberlegungen zur Markttöffnung am Beispiel Rätia Energie
 - St. Moritz – Ort, Marke und Strategie
 - Die Marken Pure Power St. Moritz und Pure Power Graubünden
 - Die Zukunft von Green Power in St. Moritz
- Karl Heiz, Direktor Rätia Ener-
gie, Poschiavo, Schweiz, und
Dr. Hans P. Danuser, Direktor
Kur- und Verkehrsverein
St. Moritz, Schweiz

Session 6: Politik

- 14:00 Der Einfluss von Strommarktregeln auf Green Power Marketing
- Politischer Pluralismus in Europa nach dem Scheitern einer starken Umweltgesetzgebung
 - Coevolution von Rahmenbedingungen und Märkten
 - Unternehmensstrategien und Verbraucherverhalten als Treiber künftiger Energiepolitik
- Prof. Dr. Atle Midtun, Norwe-
gian Business School, Sandvi-
ka, Norwegen
- 14:30 Renewable Energy Certificates Trading:
Ein Erfolg versprechender Marktmechanismus im Test
- Grundprinzipien des Zertifikatehandels
 - Die RECS-Initiative: Motivation, Akteure, erste Resultate
 - Warum beteiligt sich die ENEL-Gruppe in Italien
- Dr. Roberto Vigotti, CESI,
ENEL-Group,
Cologno Monzese, Italien



Freitag, 29. Juni 2001, Fortsetzung

15:00 Podiumsdiskussion:

Green Power Labelling und Zertifizierung: Update und Perspektiven

- Die Rolle von Labelling und Zertifizierung für die Entwicklung des Green Power Marktes
- Entwicklung und Stand von Labelling und Zertifizierung in Europa und den USA
- Erfolgsfaktoren von Green Power Labels

Moderation: Dr. Bernhard Truffer, EAWAG, Kastanienbaum, Schweiz. Meredith Wingate, green-e, San Francisco, USA. Cornelia Brandes, naturemade, Zürich, Schweiz. Christof Timpe, ok-Power, Freiburg, Deutschland. John Green, IT Power, Eversley, Grossbritannien

15:45 Diskussion und Bilanz

16:00 Apéro

Geniessen Sie eine aussergewöhnliche Konferenz in einmaliger Atmosphäre.
Das attraktive Rahmenprogramm lädt zum Verweilen ein.

Welcome (Mittwoch, 27. Juni)

Welcome-Cocktail für Teilnehmer und Referenten am Mittwoch, 27. Juni 2001, 18:00 Uhr im Hotel Kulm St. Moritz, offeriert von Rätia Energie.

2500 m näher an der Abendsonne (Donnerstag, 28. Juni)

Stimmungsvolles Abendessen im Berghotel Muottas Muragl auf 2500 m ü. M. am Donnerstag, 28. Juni 2001, 19:00 Uhr, mit atemberaubendem Panoramablick auf die Engadiner Bergwelt. Welcome-Konzert mit dem Alphorn-Ensemble Engiadina St. Moritz.

naturemade Speicherkraftwerk am Fuss des Palü-Gletschers (Samstag, 30. Juni, 09:30 bis ca. 15:00 Uhr)

Wanderung von der Alp Grüm durch die reiche Alpenflora zum landschaftlich einmalig gelegenen Wasserkraftwerk Palü der Rätia Energie. Ausblick auf das Puschlavertal, den Piz Palü und den gleichnamigen Gletscher. Besichtigung der Kraftwerksstufe Palü und Cavaglia: das erste schweizerische Speicherkraftwerk, das mit dem Qualitätszeichen «naturemade star» zertifiziert wird. Dieses stellt im internationalen Vergleich die strengsten ökologischen Anforderungen an Produktionsanlagen. Anschliessendes Mittagessen und Gelegenheit, die tiefe Puntalta-Schlucht mit Gletschermühlen zu besichtigen.

naturemade Stromproduktion am Albigna-Gletscher (Samstag, 30. Juni, 08:30 bis ca. 16:00 Uhr)

Fahrt über die europäische Wasserscheide Maloja ins malerische Bergell, das idyllische Tal im Süden der Alpen. Besichtigung des nach «naturemade basic» zertifizierten ewz-Kraftwerkes in Löbbia. Transport mit der werkseigenen Luftseilbahn zum Stausee Albigna, der am Fuss des gleichnamigen Gletschers auf 2160 m ü. M. liegt. Leichte Wanderung in hochalpiner Umgebung zur nahe gelegenen SAC-Hütte, wo eine typische Bergmahlzeit eingenommen wird. Exklusive Führung des ewz durch die imposanten «Kathedralen» und Anlagen der Staumauer Albigna (limitierte Teilnehmerzahl von 15 Personen).

Das Rahmenprogramm entstand in Zusammenarbeit mit:



Weitere individuelle Ausflugsmöglichkeiten in St. Moritz und Umgebung finden Sie unter www.greenpowermarketing.org



European Conference on Green Power Marketing. Erstmals in Europa.

Datum:	28. - 29. Juni 2001
Tagungsort:	Hotel Kulm, St. Moritz, Schweiz
Thema:	Handel und Vermarktung erneuerbarer Energien unter Berücksichtigung des gesamten Marketing-Mix.
Sprache:	Simultanübersetzung auf Englisch und Deutsch.
Referenten:	International anerkannte Experten aus Elektrizitätswirtschaft, Wissenschaft, Marketing und Vertreter der NGOs und Energiepolitik.
Anmeldung:	Mit beigefügtem Anmeldeformular. Green Power Marketing, Conference Management, Weberstrasse 10, CH-8004 Zürich, Fax +41 1 296 87 02, info@greenpowermarketing.org und www.greenpowermarketing.org
Teilnehmerbeitrag:	CHF 1690.- pro Person zzgl. MWSt. Zweitanehmungen desselben Unternehmens für CHF 1590.-. Inklusive zwei Mittagessen im Fünfsternehotel Kulm, St. Moritz, Pausenbewirtung und Tagungsunterlagen.
Rabatt:	Anmeldungen bis zum 30. März 2001 profitieren von einer Reduktion von 10%.
Rechnung:	Erhalten Sie zusammen mit der Bestätigung nach Eingang Ihrer Anmeldung.
Zimmerbuchung:	Informationen und Unterlagen zur Zimmerreservierung erhalten Sie mit der Teilnahmebestätigung. Sie finden sie auch unter www.greenpowermarketing.org
Abendessen:	Am Donnerstag, 28. Juni 2001, wird für die Teilnehmer und Referenten ein stimmungsvolles Abendessen im Berghotel Muottas Muragl auf 2500 m ü. M. organisiert (siehe Rahmenprogramm). Der Preis für das Festmenü beträgt CHF 77.- exkl. Getränke und ist in der Tagungsgebühr nicht enthalten.
Ausstellung:	Das begleitende Ausstellungsforum im Hotel Kulm St. Moritz bietet Ihnen zusätzliche Möglichkeiten, neue Geschäftspartner kennen zu lernen. Interessierte Aussteller melden sich bitte beim Konferenz-Management.
Konferenz-Management:	Nicole Giger und Sabine Spoerri Tel. + 41 1 296 87 09, Fax + 41 1 296 87 02, info@greenpowermarketing.org





Ja, ich melde mich an zur ersten Europäischen Konferenz für Green Power Marketing vom 28. - 29. Juni 2001 in St. Moritz.

Ich nutze die Gelegenheit, die herrliche Bergregion von St. Moritz und Umgebung näher kennen zu lernen und nehme an folgenden Veranstaltungen teil:

- Welcome-Cocktail (Mittwoch, 27.6.01, 18:00 Uhr), kostenlos
- Abendessen im Berghotel Muottas Muragl (Donnerstag, 28.6.01), wird zusätzlich verrechnet
- naturemade* Speicherkraftwerk am Fuss des Palü-Gletschers (Samstag, 30.6.01), kostenlos
- naturemade* Stromproduktion am Albigna-Gletscher (Samstag, 30.6.01), kostenlos

Bitte informieren Sie mich über meine Möglichkeiten als Aussteller

Ich bin als Vertreter der Presse an der Konferenz interessiert. Bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf.

Name: _____ Vorname: _____

Tel.-Nr.: _____ E-Mail: _____

Teilnehmerbeitrag: CHF 1690.– zzgl. MWSt., für zwei Tage inkl. 2 Mittagessen im Hotel Kulm St. Moritz, Pausenbewirtung und Tagungsunterlagen.

Für rasch Entschlossene bis zum 30. März 2001

10 % Reduktion des Teilnehmerbeitrages.

Titel/Anrede: _____ Funktion: _____

Name: _____ Vorname: _____

Unternehmen: _____

Strasse/Postfach: _____

PLZ: _____ Ort: _____ Land: _____

Tel.-Nr.: _____ Fax-Nr.: _____

E-Mail: _____

Datum: ____/____/____ Unterschrift: _____

Anmeldung weiterer Personen unseres Unternehmens für einen reduzierten Teilnehmerbeitrag von CHF 1590.– pro Person, zzgl. MWSt.:

Name: _____ Vorname: _____

Titel: _____ Funktion: _____

Eröffnen Sie die Diskussion mit international anerkannten Green Power Marketing-Experten. Die Referenten stellen sich vor.

Roman Angulanza ist Leiter Produktmanagement Privat- und Gewerbekunden bei **E.ON Vertrieb GmbH**, München. Bis 1998 war er bei der OBAG Energieversorgung Ostbayern AG (Tochterunternehmen von Bayernwerk - jetzt E.ON) für den Bereich rationeller Energieeinsatz zuständig. Bis zur Fusion von Bayernwerk und Preussen Elektra zu E.ON arbeitete er als Produktmanager Industrie- und Privatkunden.

John Ashley ist Procurement Manager bei **EMI Music**, UK, und beleuchtet die Sicht eines kommerziellen Kunden. Er zeichnet seit 5 Jahren für die Aushandlung sämtlicher EMI-Energieverträge verantwortlich und leitet die Energiestrategie für den Konzern.

Oliver Biermann ist Geschäftsleiter von **Ogilvy & Mather**, Düsseldorf. Er besitzt über 25 Jahre Erfahrung in der Werbebranche und ist seit 1988 bei Ogilvy & Mather, einer führenden, global tätigen Werbeagentur. Zu seinen vielfältigen Aufgaben gehört auch die Betreuung der ersten deutschen Markenkampagne für Green Power.

Julie D. Blunden ist seit 1999 Präsidentin der Western Region, USA, und seit 1998 Vizepräsidentin Strategische Planung bei **Green Mountain Energy**, San Francisco, dem Marktführer für Green Power in den USA, zu dessen namhaften Aktionären auch BP und NUON zählen.

Dr. Henning Borchers ist Geschäftsführer der **best energy GmbH**, Berlin, eines Joint-Ventures des Berliner Stromversorgers Bewag und der MobilCom AG. Nach seiner Forschungstätigkeit an der Universität Mainz zur Strommarktliberalisierung wechselte er 1996 zur Bewag AG, wo er zuletzt als Bereichsleiter Strategische Planung tätig war.

Cornelia Brandes ist Geschäftsleiterin des Vereins für umweltgerechte Elektrizität, Zürich, der Trägerorganisation des Green Power Labels **naturemade**. Seit 15 Jahren ist sie als selbständige Beraterin im Bereich Energieplanung und Energiewirtschaft erfolgreich. Arbeitsschwerpunkte bildeten u.a. der Aufbau und das Optimieren von Zertifizierungsdienstleistungen.

Dr. Hans P. Danuser ist seit 23 Jahren Direktor des **Kur- und Verkehrsvereins St. Moritz**. Für seine Verdienste um die Etablierung von St. Moritz als führende Marke in der internationalen Tourismusbranche wurde er 1987 mit dem Schweizer Marketingpreis ausgezeichnet und 1999 von den Medien als einer der «Schweizer Köpfe des Jahrhunderts» porträtiert.

Wim van den Essenburg ist Manager Marketing Green Energy, **NUON**, Arnheim, NL. Nach einer Marketingkarriere im Finanzsektor wechselte er zu einer Naturschutzorganisation und verdoppelte dank innovativem Marketing deren Mitgliederzahl in kürzester Zeit. Seit Juni 2000 zeichnet er für die erfolgreichen Marketingaktivitäten von NUON verantwortlich, dem Marktführer für Green Power in den Niederlanden.

Adriana Farah ist Consultant im **Environment Directorate der OECD** in Paris. Nach einer internationalen Karriere bei verschiedenen Forschungsinstituten und NGOs in Mexiko, den USA und Grossbritannien arbeitet sie heute im Bereich Nachhaltiger Konsum der OECD.

Dr. John Green ist Manager der Climate Change Strategy Unit bei der Beratungsgesellschaft **IT Power** in Eversley, UK. Er berät die Europäische Kommission zum Thema Labelling und Zertifizierung von Green Power. Zudem ist er Direktor des Green Electricity Marketplace, einer Internetplattform zu Green Power Marketing in Grossbritannien.

Karl Heiz ist seit 1987 Direktor der **Rätia Energie AG**, Poschiamo (vormals Kraftwerke Brusio AG), die 1999 mit **Pure Power St. Moritz** die erste Strommarke der Schweiz lancierte. Zuvor war er 12 Jahre lang für Nestlé im In- und Ausland tätig, zuletzt als Marktleiter Korea.

Christian Kern ist Geschäftsführer der auf e-commerce spezialisierten **Verbund Stromvertriebsgesellschaft GmbH** in Wien und zugleich Bereichsleiter Strategisches Marketing/Verkaufssteuerung im Konzern. Bevor er 1997 zum Verbund wechselte, arbeitete er als Wirtschaftsjournalist und Marketingberater.

Dr. Michael Laker ist Senior Partner der Unternehmensberatung **Simon, Kucher & Partners**, Strategy & Marketing Consultants, in Bonn, und Geschäftsführer der Gesellschaft in Wien. Ein Schwerpunkt seiner internationalen Beratungstätigkeit ist die strategische Planung von Preis- und Marketingstrategien in der Energiebranche.

Dr. Atle Midtun ist Professor an der **Norwegian School of Management** und Co-Direktor des Centre for Energy and Environment, Sandvika, Norwegen. Er ist ein ausgewiesener Kenner der Energie- und Umweltpolitik in liberalisierten Märkten sowie Herausgeber mehrerer int. Bücher zu Fragen der Regulierung und der Organisation des Elektrizitätsmarktes.

Ulrich Rethfeld ist seit 1999 Vorstand bei **enycy AG** in Ottobrunn (D), einem mehrstufigen Internet-Marktplatz für den Stromhandel. Er ist zugleich geschäftsführender Gesellschafter der **top it communities GmbH**. Zuvor arbeitete er für die Siemens Informationssysteme AG als Geschäftsleiter und Direktor Industrieautomatisierung.

Dr. Johannes Schimmel ist Geschäftsleiter des Bereichs Marketing/Produkte bei der **Swiss Citypower AG** in Zürich. 1990 kam er als Energiebeauftragter zur Stadt St. Gallen, leitete später die Energieberatung der St. Galler Stadtwerke und wurde dort 1994 Mitglied der Geschäftsleitung als Leiter Marketing und Vertrieb.

Dr. Kai-Hendrik Schlusche ist seit 1998 Gründungsvorstand der **NaturEnergie AG**, Grenzach-Wyhlen, Deutschland. Seit 1996 ist er zudem bei der **EnergieDienst GmbH** verantwortlich für den Bereich Privat- und Geschäftskunden. Seit 20 Jahren befasst er sich mit Change Management in der Energiewirtschaft.

Blair Swezey arbeitet seit 1987 als Principal Policy Advisor am **National Renewable Energy Laboratory (NREL)** in Golden, Colorado, dem führenden staatlichen Forschungsinstitut für erneuerbare Energien. Dort berät er Energieversorgungsunternehmen und Behörden wie das US-Energieministerium in der Entwicklung von Green Power Programmen und Strategien.

Sven Teske ist Kampagnenleiter Regenerative Energien bei Greenpeace Deutschland und Gründungs- und Aufsichtsratsmitglied bei **Greenpeace energy eG** in Hamburg. Seit 1994 für Greenpeace tätig, leitete er u.a. die Kampagne Liberalisierung der Strommärkte und berät seit 4 Jahren Greenpeace International.

Christof Timpe ist Koordinator des Bereichs Energie und Klimaschutz am Öko-Institut, Freiburg. Das Institut hat zusammen mit dem WWF und der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen den Verein **EnergieVision e.V.** gegründet und das Stromlabel **ok-Power** lanciert.

Dr. Roberto Vigotti ist Bereichsleiter für Business Development und Marketing erneuerbare und dezentrale Energiesysteme bei **CESI**, einem Unternehmen der italienischen **ENEL-Gruppe**. Er verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der Energiewirtschaft, insbesondere in der Entwicklung erneuerbarer Energiesysteme. Heute ist er zugleich Chairman der Working Group Renewables von **EURELECTRIC**.

Dale Vince ist Gründer und Managing Director der **NexGen Group Ltd.**, UK. Neben dem britischen Green Power Marktführer **Ecotricity** umfasst die Gruppe auch eines der führenden Windtechnologie-Unternehmen Grossbritanniens. Gemäss dem Firmenmotto «Green Power for the Price of Brown» peilt Ecotricity mit seinen Produkten den Massenmarkt an und wurde dafür mit dem «Queen's Award for Enterprise 2000» ausgezeichnet.

Meredith Wingate ist Leiterin des Produktzertifizierungs- und Auditprogramms am **Center for Resource Solutions (CRS)**, San Francisco. CRS ist die Trägerorganisation des amerikanischen Zertifizierungsprogrammes **green-e**. Sie ist eine ausgewiesene Kennerin des kalifornischen Strommarktes und leitet die Verbraucheraufklärungs-Programme von CRS in verschiedenen US-Bundesstaaten.

Dr. Rolf Wüstenhagen ist Dozent am Institut für Wirtschaft und Ökologie an der **Universität St. Gallen (IWÖ-HSG)** und Energieanalyst bei **SAM Sustainability Group**, Zürich, einem europaweit führenden Anbieter von nachhaltigen Investments. Dank seiner internationalen Forschungs- und Beratungserfahrung ist er einer der führenden Kenner der Green Power Märkte in Europa und Nordamerika.



Erfahrung, Wissen und Erfolg Die Referentinnen und Referenten



Roman Angulanza



Oliver Biermann



Julie D. Blunden



Dr. Henning Borchers



Cornelia Brandes



Dr. Hans P. Danuser



Wim van den Essenburg



Adriana Farah



Dr. John Green



Karl Heiz



Christian Kern



Dr. Michael Laker



Dr. Atle Midtun



Ulrich Rethfeld



Dr. Johannes Schimmel



Dr. Kai-Hendrik Schlusche



Blair Swezey



Sven Teske



Christof Timpe



Dr. Roberto Vigotti



Dale Vince



Meredith Wingate



Dr. Rolf Wüstenhagen

Trägerschaft: _____



Hauptsponsoren: _____



Nebensponsoren: _____



kiefer & partners AG

Kooperationspartner: _____

