



Interpellation Nr. 183 2010/2012

Eingang Stadtkanzlei: 19. April 2011

ewl Luzern: Sind unsere KundInnen zu dumm für erneuerbare Energien oder Wie machen wir Marketing gegen Ökostrom?

Im neuen Kundenmagazin der ewl AG wird in verschiedenen Beiträgen darüber berichtet, dass die ewl Mühe hat, ihre erneuerbare Energie an den Kunden, die Kundin zu bringen. Unter Titeln wie zum Beispiel „Verschmähter Ökostrom“ wird dargelegt, dass das Interesse an Ökostrom sehr bescheiden sei. Wörtlich wird geschrieben: *„Letztlich bestimme das Verhalten der Kunden, wie stark sich ewl für Ökostrom engagiere. Sind auf die Dauer nicht mehr Leute bereit, den Aufpreis für die saubere Energie zu bezahlen, wird ewl das Engagement entsprechend überprüfen.“*

Es entsteht dabei der Eindruck, dass es die Kunden und Kundinnen nicht begreifen – etwas zu dumm sind – und deshalb bei der ewl wenig Ökostrom verkauft wird. Dass die von der ewl angebotenen Produkte den Kunden in Qualität und Preis nicht genügen und die Marketinganstrengungen der ewl keinen Erfolg haben könnten, ist dabei kein Thema. Dass es andere Stadtwerke gibt, die bereits lange vor den Ereignissen in Japan sehr erfolgreich Ökostrom verkauft haben, wird auch nicht erwähnt.

Dass die ewl das Thema erneuerbare Energie im letzten Jahrzehnt verschlafen hat und auch auf politischen Druck (unzählige Vorstösse im Stadtparlament zeugen davon) nicht reagiert hat, ist das eine – dass sie nun schon wieder darüber nachdenkt, aus der erneuerbaren Energie auszusteigen, ist absolut unverständlich und mit den energiepolitischen Grundsätzen der Stadt Luzern nicht vereinbar.

- Eine kritische Beurteilung des Ökostrom-Angebots und des Marketings der ewl zeigt im Vergleich mit anderen Stadtwerken Folgendes:
Eine Kilowattstunde Solarstrom kostet bei den ewl über einen Franken (Aufpreis 86 Rp. inkl. MwSt zum Strompreis von rund 20 Rp.). Bei den Elektrizitätswerken der Stadt Zürich (ewz) kostet eine Kilowattstunde naturmade star zertifizierter Solarstrom rund 60 Rp. (70 Rp. mit Bonus von 15 %) und ist somit über 40 % günstiger.

- Die Ökostrom-Produkte der ewl sind im Gegensatz zu den Produkten fortschrittlicher Stadtwerke nicht zertifiziert. Die ewl begründet die Nichtzertifizierung mit den hohen Kosten, jedoch bieten zahlreiche Werke zertifizierten Strom deutlich günstiger an als die ewl den nichtzertifizierten Strom.
- Das Marketing der ewl betont die hohen Mehrkosten, den günstigen AKW-Strom und den schleppenden Absatz. Andere Werke stellen die Qualität, die Unabhängigkeit und die Ökologie in den Vordergrund. Warum stellen wohl Coop und Migros bei den Bioprodukten nicht den Preis, sondern die Qualität in den Vordergrund?

In diesem Zusammenhang stellen wir folgende Fragen an den Stadtrat, der die Stadt bei seiner 100%-Tochter ewl vertritt:

1. Ist der Stadtrat auch der Meinung, dass Verlautbarungen im Stile der aktuellen Kundenzeitschrift der ewl den energiepolitischen Zielsetzungen der Stadt diametral entgegenlaufen?
2. Sollte das Ökostrom-Angebot der städtischen Werke nicht grundsätzlich überdenkt und aktualisiert werden, damit nicht mit einem zu hohen Zuschlag ein Beitrag an alte Solaranlagen geleistet wird, sondern die Erstellung neuer, effizienterer Anlagen gefördert wird?
3. Ist der Stadtrat bereit, das Marketing für Ökostrom zusammen mit den ewl grundlegend zu überarbeiten und es in Übereinstimmung mit den energiepolitischen Zielen der Stadt Luzern zu bringen?

Dominik Durrer und René Meier
namens der SP/JUSO-Fraktion