Stadt
Luzern
Stadtrat

Antwort

auf die

Interpellation
Nr. 183 2010/2012

von Dominik Durrer und René Meier
namens der SP/JUSO-Fraktion
vom 19. April 2011
(StB 827 vom 14. September 2011)

Wurde anlässlich der 23. Ratssitzung vom 27. Oktober 2011 beantwortet.

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

Der Stadtrat beantwortet die Interpellation wie folgt:

Zu 1.:
Ist der Stadtrat auch der Meinung, dass Verlautbarungen im Stile der aktuellen Kundenzeitschrift der ewl den energiepolitischen Zielsetzungen der Stadt diametral entgegenlaufen?

Mit dem Magazin FLUX will ewl den Kontakt zu den Kunden verstärken. Das Ziel soll erreicht werden durch Vermittlung von markt- und produktbezogenen Informationen und Erklären der teils komplexen Zusammenhänge in der Energiepolitik, aber auch mit dem Darstellen der Haltung des städtischen Energieversorgers zu Fragen über die Energie und deren Versorgung. Im Dezember 2010 beschloss ewl, das Thema Ökostrom in den Fokus der Frühlingsausgabe des ewl-Kundenmagazins FLUX zu stellen, das vor Ostern allen Kundinnen und Kunden zugestellt wurde. Die Publikation bietet auf über 12 von 16 Seiten umfassende Informationen zum Thema Ökostrom, indem es das Thema von verschiedener Seite beleuchtet. Die tragischen Ereignisse in Fukushima vom 11. März 2011 waren Anlass für verschiedene Überarbeitungen der Texte, um der Aktualität Rechnung zu zollen. Das Ziel der Sensibilisierung der Kundschaft wurde vollumfänglich erreicht: die Bestellungen für Ökostrom stieg bei ewl nach der FLUX-Ausgabe sprunghaft an.
Nach der originellen und breit angelegten Kampagne im 2009, bei der die Kundinnen und Kunden motiviert wurden, ihre Haushaltgeräte mit Ökostrom zu betreiben, soll auch mit dieser Publikation der Bezug von Ökostrom aus lokaler Produktion gefördert werden.
ewl wird diesen Werbe- und Marketingmassnahmen weitere folgen lassen, da die Produktion von Elektrizität nach der Photovoltaiktechnik in den vergangenen Jahre vervielfacht wurde, die Nachfrage nach diesem Produkt jedoch nur beschränkt Schritt halten konnte.
Mit den Anstrengungen unterstützt ewl die energiepolitischen Zielsetzungen des Stadtrats. Die städtische Gesamtplanung führt für die ewl-Gruppe seit 2006 unter anderem das folgen-

de übergeordnete politische Ziel auf: „Die ewl-Gruppe setzt auf eine ressourcenschonende und umweltverträgliche Energieversorgung, welche von der Produktion bis zur Anwendung die Möglichkeiten in den geöffneten Energiemärkten nutzt. Sie unterstützt Projekte zur effizienten Energienutzung und zur Nutzung von erneuerbaren Energien."[1] Der Stadtrat vertritt die Meinung, dass ewl dieses Ziel anstrebt. Von einem Ausstieg aus der Produktion von erneuerbarer Energie kann nicht gesprochen werden, hat doch der Verwaltungsrat weiteren Investitionen in Windenergieprojekte im Umfang von 15 Mio. Franken zugestimmt.

Zu 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?

Die Interpellanten haben die Problematik bei der Produktion von Ökostrom erfasst. ewl, bis 2001 die „Städtischen Werke", wird, mit den hohen Produktionskosten für Strom aus Photovoltaikanlagen heute dafür „bestraft", dass sie früh in die Herstellung von Solarstrom eingestiegen ist.[2]
In der Kundenzeitschrift FLUX wird dargestellt, dass ewl den Aufpreis vollständig in den ewl-Förderungsfonds für ökologisch sinnvolle Energiegewinnung einfliessen lässt und dass dieser nicht der Gewinnmaximierung der Gesellschaft dient; damit handelt ewl nicht im Sinne eines nur wirtschaftlich orientierten Unternehmens, das immer mindestens kostendeckende Preise verlangt. ewl hat in den letzten Jahren die Stromproduktion aus Photovoltaikanlagen stark erhöht. Jetzt müssen Massnahmen ergriffen werden, um den Verkauf von Solarstrom der Produktion anzupassen. Wird der Zuschlag auf dem Luzerner Solarstrom gesenkt, ist dies mit Mehrabsatz zu kompensieren, wenn die Investitionen in neue und günstigere Anlagen mindestens gleich hoch bleiben sollen. ewl wird in diesem Sinne Massnahmen ergreifen, u. a. prüft sie – wie in der Kundenzeitschrift FLUX erwähnt – gegenwärtig die Einführung von Ökostrom-Labels[3] und weiterer Ökostromprodukte.
Vergleiche auf der reinen Preisebene mit anderen Städten sind nur sehr beschränkt aussagefähig. So verkauft das von den Interpellanten zitierte Elektrizitätswerk der Stadt Zürich ewz nicht nur günstigeren Solarstrom, sondern im gesamtschweizerischen Vergleich sehr günstigen Strom. Dies ist u. a. möglich dank dem Zugang zu eigenen grossen Wasserkraftwerken und einem Produktionsüberschuss von 15%, der als Spitzenenergie teuer verkauft wird, was die Verbilligung bzw. Subvention im eigenen Versorgungsgebiet ermöglicht. ewl befindet sich nicht in einer vergleichbaren komfortablen Lage.

[1] Gesamtplanung 2011-2015, Kapitel 5.2.1, Ziffer 3, Seite 36
[2] Die Referenzprojekte von Photovoltaikanlagen sind auf der ewl-Homepage dargestellt: http://www.ewl-luzern.ch/index.cfm?srv=cms&rub=109&id=100257
[3] ewl Kundenmagazin FLUX, Frühling 2011, Seite 13, "Im Gespräch", letzter Abschnitt

Zu 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?

Das Reglement über das Beteiligungs- und Beitragscontrolling vom 5. Februar 2004 führt in Art. 7 Abs. 3 aus: „Die Stadt respektiert die rechtliche Selbstständigkeit der Aktiengesellschaften mit einer städtischen Mehrheitsbeteiligung und die zivilrechtlichen Kompetenzen ihrer Organe. ... Die Stadt erteilt ihnen und dem gesamten Verwaltungsrat keine Weisungen." Mit diesem Artikel folgt das Reglement den Vorschriften des Schweizerischen Obligationenrechts. Das Marketing fällt in den Bereich der operativen Unternehmenstätigkeit, die den erwähnten Organen obliegt. Die Energieversorgung und somit deren Vermarktung gehört zu den Kernkompetenzen von ewl. Ferner verfügt die Stadt nicht über das spezialisierte Know-how im Marketing eines Energieversorgers.

Frau Sylviane Chassot vom Team des Instituts für Wirtschaft und Ökologie der Universität St. Gallen erklärt, dass es gemäss Umfragen neben den höheren Kosten drei Hauptgründe gibt, weshalb sich Kundinnen und Kunden gegen einen Wechsel des Stromabos entscheiden: persönliche Trägheit, fehlende Informationen und fehlende Transparenz.[4]
Unter der Berücksichtigung dieser Gesichtspunkte tragen die verschiedenen Anstrengungen von ewl zur Erreichung der energiepolitischen und der übrigen übergeordneten politischen Ziele der Stadt bei, wozu auch die Vermarktung von Ökostrom mit den verschiedenen Massnahmen und Angeboten gehört. Ein besonderes Gewicht kommt dabei dem Energieberatungscenter am Mühlenplatz zu, das allen Interessierten offen steht und individuelle Beratung am Wohnort anbietet. Der Stadtrat würdigt die Anstrengungen von ewl und ist von deren Ausrichtung auf die richtigen Ziele überzeugt.

Stadtrat von Luzern

Stadt
Luzern
Stadtrat

[4] "Der "Fukushima-Effekt" flacht schon wieder ab", Der Bund, Ausgabe 21. Juni 2011