

29. November 2010

Kampagne effiziente Kälte

Kurzfassung Kampagnen Konzept



1. Ausgangslage

Kälte verursacht ca. 14% des CH-Stromverbrauchs	In der Schweiz verbrauchen die Kälteanlagen der Industrie, des Gewerbes und der Dienstleistungsunternehmen schätzungsweise 11'000 GWh Strom pro Jahr. Dies entspricht rund 14 % des Elektrizitätsverbrauchs der Schweiz.
bis 300 Millionen Franken Sparpotential pro Jahr	Experten sind sich einig, dass in den Anlagen Energieeffizienz-Potentiale von 20% und mehr liegen und die jährlichen Energiekosten um bis zu 300 Millionen reduziert werden könnten.
fehlendes Wissen	Die Experten ¹ sehen die Ursachen für die brachliegenden Effizienz-Potentiale im fehlenden Wissen über die Kosten und den Nutzen der verschiedenen Energieoptimierungs- und Sanierungs-Massnahmen. Zudem
mangelnde Sensibilisierung	wird eine mangelnde Sensibilisierung für das Thema bei den Anlage-Betreibern festgestellt und immer wieder Schnittstellenprobleme zwischen dem Haustechnik-Planer und dem Kältefachmann bei der Klima-Kälte beobachtet.
einfache Lösungen werden vermisst	Liegen einfache, Praxis erprobte Lösungen vor, welche von den Fachleuten getragen werden, so kann die Erschliessung der Energieeffizienz-Potentiale für Betreiber und Fachleute effizienter gestaltet und die Chancen für eine dauerhafte Effizienzsteigerung verbessert werden.

2. Ziele der Kampagne

Sensibilisieren	Ziel ist es, den Energieverbrauch der Kältesysteme in der Schweiz zu senken und so Betriebskosten zu sparen.
Werkzeuge bereitstellen	Die Betreiber von Kälteanlagen sollen sensibilisiert werden. Darüber hinaus sollen ihnen praxistaugliche Massnahmen aufgezeigt werden, wie sie ihre Kälteanlage Energie effizienter machen können – sei es mittels Optimierung, bei einem Neubau oder einem Anlageersatz. So erhalten die Betreiber konkrete Informationen, wie sie ihre Energie- und Betriebskosten bei der Kälte
Energieverbrauch und Betriebskosten senken	senken können. Ebenso sollen die Installateure und Planer von Kältelösungen bezüglich Energieeffizienz sensibilisiert und ihre Kompetenz als Anbieter energieeffizienter Lösungen gesteigert werden.

3. Vorgehen

partizipativer Ansatz sichert Praxisbezug	Mittels moderierter Experten-Roundtables, Experten-Gesprächen und Workshops werden Fachleute und Betreiber eng eingebunden in die Kampagne. Der partizipative Ansatz ermöglicht schnelle Ergebnisse mit hohem Praxisbezug. Er stellt sicher, dass die Massnahmen auf die Arbeitsprozesse der Betreiber und Installateure abgestimmt sind und so nachhaltig und erfolgreich im Unternehmen integriert werden können. ² Eine Begleitgruppe aus Kampagnen-Partnern sowie Fachleuten aus Praxis und Wissenschaft gestaltet die Kampagne mit und stellt die inhaltliche Qualität der Massnahmen sicher.
--	--

In drei Phasen zum Ziel

Phase 1: Grundlagen erarbeiten In Phase 1 werden die Bedürfnisse der Betreiber ermittelt sowie die Kenntnisse und Möglichkeiten der Installateure analysiert. Es werden praxistaugliche Energieeffizienz-Massnahmen erarbeitet und Kosten und Nutzen von Investitionsmöglichkeiten quantifiziert. Schnittstellenprobleme bei Neuanlagen werden analysiert und erfolgreiche Sanierungslösungen bei bestehenden Anlagen zusammengestellt.

Phase 2: Kommunikationsmittel entwickeln In Phase 2 soll eine Internetplattform als Drehscheibe für Vernetzung und Information aufgebaut werden. Basierend auf den Ergebnissen der Phase 1 werden zum Thema Optimierung Zielgruppen orientierte Werkzeuge für Betreiber von unterschiedlichen Kälteanlagen (Industrie, Gewerbe, Detailhandel und Klima-Kälte) erarbeitet. Darüber hinaus wird ein Werkzeug entwickelt, das Lösungen aufzeigt, wie die Schnittstellenproblematik verbessert werden kann. Für die Anlagensanierung / Erneuerung wird ein Werkzeug entwickelt, das aufzeigt, wie der Betreiber vorgehen soll und welche Punkte er beachten muss, um eine optimale Lösung zu erhalten.

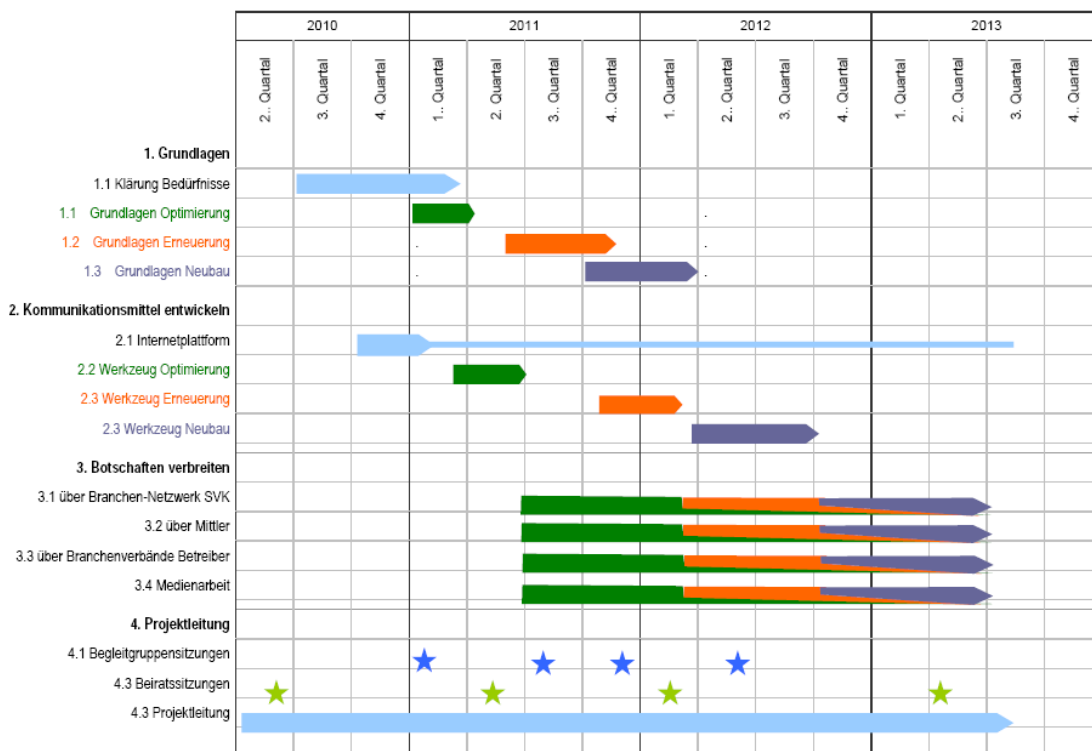
Phase 3: Botschaften verbreiten In Phase 3 erfolgt die Marktbearbeitung. Aufgrund der heterogenen Zusammensetzung dieser Zielgruppe, sollen die Betreiber über verschiedene Vertriebs- und Kommunikationskanäle angegangen werden. So wird das Branchennetzwerk des SVK eingebunden. Über Mittler wie die Energieagentur der Wirtschaft EnAW, Facility Management-Anbieter und Verbände, die sich mit Kälte befassen, werden die verschiedenen Zielgruppen gezielt sensibilisiert. Über Artikel in relevanten Fachmedien sensibilisiert die Kampagne Betreiber und Fachleute breit.

5. Beteiligte

SVK, BFE und 39 Sponsoren Die Kampagne effiziente Kälte ist ein partnerschaftliches Projekt des Schweizerischen Vereins für Kältetechnik und dem Bundesamt für Energie. Zudem wird sie vom Bundesamt für Umwelt BAFU und 39 Sponsoren mitgetragen.



4. Zeitlicher Ablauf



Kontakt Kampagne effiziente Kälte
 c/o Schweizerischer Verein für Kältetechnik
 Hubrainweg 10
 8124 Maur

Telefon: +41 (0)44 908 40 86
 Mail: daniel.sommer@svk.ch

Quellen -----

- 1 Ergebnis des Experten-Workshops vom 10.11.08 und Resultat des Branchen-Workshops mit 150 Fachleuten vom 27.11.08 (Schlussbericht: Vorabklärung Energieeffizienz in der Kältetechnik und bei Kältesystemen vom 2.2.09, Bundesamt für Energie)
- 2 Dieselbe Methode wurde bei der Kampagne «effiziente Druckluft» 2005 bis 2008 angewendet (www.druckluft.ch)

