

Effiziente Stromnutzung

Der gegenwärtige Stromverbrauch in Deutschland von ca. 500 Mrd. kWh kann kurz- und mittelfristig etwa um 30% gesenkt werden. Dies wäre eine jährliche Einsparung von 100 Mio. t CO₂. An Szenarien, die dies sicher belegen können, mangelt es nicht und doch hat der Wirtschaftsminister geschafft, in seinem Energieprogramm den Bereich Stromeffizienz kaum zu streifen. Mehr noch, es wurde die Behauptung aufgestellt, Stromeinsparung sei schlicht recht teuer.

Tatsache ist jedoch, dass in allen Stromanwendungsbereichen die Verschwendung herrscht. Bei der Beleuchtung gibt es nicht nur die bekannte Sparlampe – mit elektronischen Vorschaltgeräten, Tageslichtsteuerung und Präsenzmeldern kann der Stromverbrauch in Büros und Gewerbe um mehr als 50% gesenkt werden – bei gleichem oder besserem Licht. Millionen überdimensionierter Heizungspumpen könnten mit um den Faktor 4 effizienterer Pumpen getauscht werden. Für unnützen Stand-by-Verbrauch laufen 2-3 Großkraftwerke rund um die Uhr. Den Effizienzfaktor 2-3 findet man ebenfalls bei Haushaltsgeräten. Einen großen Anteil des Stromverbrauchs brauchen wir im Grunde nicht – im steht kein Nutzen gegenüber.

Da Stromeffizienz zudem eine extrem lukrative Sache ist (negative CO₂-Reduktionskosten) fragt man sich, warum diese Möglichkeiten zu wenig genutzt werden. Mehrere Gründe führen auf einige Hauptprobleme. Das eine ist die unzureichende Kenntnis der Stromnutzer über Verbrauch und Effizienztechnik, ob Haushalt oder Büro, beim Strom blickt kaum einer durch. Auch das Elektrohandwerk und der Handel haben den Verkauf von Stromeffizienz noch nicht voll in die Angebotspalette aufgenommen. Da herrscht manchmal die Auffassung: „der Strom ist doch da, der muss doch weg“. Dies führt weiter zur Stromwirtschaft, die jahrzehntelang trotz aller verhaltenen Förderprogramme für Spargeräte ihren Kunden das Motto einbläut hat: Strom sei schon effizient genug, „mit Strom Energie sparen“ usw., es sei schon genug gespart worden. Stromsparen wird daher psychologisch mit Komfortverzicht und Einschränkung assoziiert.

Ein Stromsparmarketing müsste daher zunächst diese Hemmnisse überwinden und Effizienz (nicht Sparsamkeit!) positiv darstellen. Zudem gibt es erste Ansätze für Dienstleister die Effizienz verkaufen und in einem Haushalt oder Gewerbebetrieb in 1-2 Stunden oder Tagen den Stromverbrauch schlagartig um 20-40% senken.

Auch seitens des Gesetzgebers reichen Kennzeichnungspflichten nicht aus. Zwar wurde Strom als Hilfsenergie in die ENEC aufgenommen – eine Stromeffizienzverordnung v.a. für Beleuchtung, EDV, Klimatisierung, praktikable VDI-Normen zur Stromanalyse fehlen jedoch noch oder sind aktuell in der Entwicklung.

Ebenfalls fehlen einfache praktikable Förderinstrumente – es ist eben ein Unterschied, dass der eingespeiste Strom aus erneuerbaren Energien genau gemessen und damit vergütet werden kann – der Einsparstrom ergibt sich nur aus Differenzkalkulationen mit Ungenauigkeiten. Denkbar wären aber Wettbewerbe und Ausschreibungen für Stromeffizienz organisiert durch Energieagenturen sowie einfache Zuschüsse für Haushaltsstromsparchecks im Breiteneinsatz.

In der Umweltbewegung gilt es auch an die eigene Nase zu fassen. Sitzen wir doch zu sehr immer noch der Versorgungslogik auf. Auf die Frage „wo soll denn der Atomstrom herkommen bei Ausstieg“ antworten 90% „aus Solarstrom, Windstrom“ evtl. sagt jemand sogar „aus GuD-Kraftwerken oder Blockheizkraftwerken“. So schön und richtig das ist, wird

dabei die Effizienz als eine der größten Stromquellen systematisch vergessen. Da hört man auch mal: „Warum soll ich noch Strom sparen, ich hab doch schon Ökostrom“. Man fragt sich warum das Bewusstsein für Stromeffizienz so gering ist ? (Siehe oben) Hätte die Anti-Atom-Bewegung neben den Demos schon vor 20 Jahren begonnen, in allen (auch den eigenen) Haushalten und Gewerben Stromeffizienz zu verbreiten, stünden heute die AKWs ohne Abnehmer da.

In den nächsten Jahren ist absehbar, dass Stromeffizienz zu einer strategischen Frage wird. In spätestens 10 Jahren steht die Frage nach dem Neubau von Kraftwerken an, die Atomwirtschaft plant schon ihre Renaissance und auch mit zeitlich gestrecktem Atomausstieg wird man dann in die aufgestellte „Klimafalle“ tapen – wenn man nicht rechtzeitig den Strom einfach mit Effizienztechnik wegspart, den man ohnehin nicht benötigt.

Strategische Aufgabe ist daher die Kombination von motivierendem zielgruppenbezogenem Marketing (und nicht nur zwei Pinguine), einfach zugänglichen Dienstleistungsangeboten („wir bringen Ihnen die Einsparung ins Haus“), flankierenden Anreiz- und Förderprogrammen sowie einer flächendeckenden Fortbildung für Planer und Handwerk. Bei Neubauten va. im Gewerbebereich sollte es Pflicht werden, eine Optimierung der Investitionen für Stromverbraucher und dem zukünftigen Verbrauch durchzuführen. Eine Pflicht für Energiemanagement und Energieprofile könnte ebenso helfen wie eine Pflicht für EVUs den Sonderkunden jährlich kostenlos eine verständliche Stromlastkurve mit der Rechnung bereitzustellen.