

**Zeitschrift:** Energie extra  
**Herausgeber:** Bundesamt für Energie; Energie 2000  
**Band:** - (2003)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Portemonnaie-Schoner  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-638189>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.01.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## NEUWAGEN-ETIKETTE

## Portemonnaie-Schoner

Seit dem 1. Januar 2003 ist bei allen Neuwagen der Energieverbrauch mit der energieEtikette anzugeben. Dies soll zum Kauf von sparsameren Autos anspornen.

Was die Elektrogeräte schon seit bald einem Jahr haben, erhalten nun auch die Personwagen: die energieEtikette. Sie erleichtert es, den Treibstoffverbrauch verschiedener Modelle zu vergleichen und den sparsamsten Neuwagen in der gewählten Fahrzeuggrösse zu wählen.

**Kategorien.** Analog zu den Elektrogeräten sind die Autos gemäss ihrem relativen Verbrauch in sieben Effizienz-kategorien eingeteilt: von A für verhältnismässig sparsame bis zu G für die durstigsten.

Ein breiter, farbiger Pfeil zeigt auf der energieEtikette an, in welche Verbrauchskategorie das betreffende Modell gehört. Diese Information ist bei allen ausgestellten Neuwagen am Fahrzeug oder in dessen Nähe anzubringen. Auch in den Werbeschriften ist die Effizienz-kategorie aufzuführen, sofern der Verbrauch und die Motorenleistung darin erwähnt werden.

**Fossile Treibstoffe.** Eine energieEtikette erhalten alle serienmässig hergestellten neuen Personwagen bis zu neun Sitzplätzen und maximal 3,5 Tonnen Gewicht, die ausschliesslich mit fossilen Treibstoffen fahren. Darunter fallen folglich die Benzin-, Diesel- und Erdgasautos.

Von der Verordnung ausdrücklich ausgenommen sind Elektrofahrzeuge und jene Hybridfahrzeuge, die neben Benzin auch Strom «tanken». Der Grund für diese Ausklammerung ist der schwierige Vergleich von Elektrizität mit

fossilen Energien. Auch Occasionen erhalten keine energieEtikette.

**Berechnungsformel.** Die Bestimmung der Kategorien erfolgt nicht direkt aufgrund des Literverbrauchs. Vielmehr enthält die Berechnungsformel den Verbrauch in Kilogramm Treibstoff pro 100 Kilometer. Damit trägt sie der unterschiedlichen Dichte von Diesel, Benzin und Erdgas Rechnung.

Als weiteren wichtigen Faktor enthält die Formel das Fahrzeugleergewicht. So lässt sich die Effizienz unterschiedlich grosser Fahrzeuge leichter vergleichen. Besonders effiziente Fahrzeuge der Kategorie A sind folglich ebenso unter den Kleinwagen wie unter den Grossraumlimousinen (Vans) zu finden; ein Kompaktwagen braucht nicht a priori in der Sparkategorie (A oder B) zu sein.

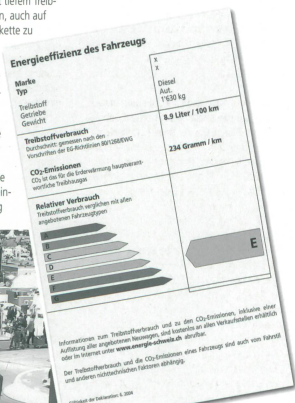
Der absolute Treibstoffverbrauch erreicht in der Kategorie A, denn auch eine breite Spanne von drei Liter Diesel bei den kleinsten Vierplätzern bis zu mehr als acht Liter Diesel für einen Van. Wer also sein Portemonnaie an der Tankstelle schonen will und ein Fahrzeug mit tiefem Treibstoffverbrauch sucht, tut gut daran, auch auf die Literangabe auf der energieEtikette zu achten, und wer die Umwelt schonen will, findet den CO<sub>2</sub>-Ausstoss des Fahrzeuges in Gramm pro gefahrenen Kilometer.

**Gemeinsames Ziel.** EnergieSchweiz hofft, die Effizienzangabe motiviere die Bevölkerung dazu, Autos mit tieferem Verbrauch zu kaufen. Dies liegt auch im Interesse der Auto-Importeure, wie die Vereinbarung zwischen ihrer Vereinigung

auto-schweiz und dem Bund vom Februar 2002 zeigt. Demgemäss soll der spezifische Normverbrauch der in der Schweiz verkauften Neuwagen von 8,4 Liter pro 100 km im Jahr 2000 auf 6,4 Liter pro 100 km im Jahr 2008 gesenkt werden. Das sind pro Jahr 0,25 Liter pro 100 km weniger.

Das Ziel ist hoch gesteckt: 2001 betrug der spezifische Normverbrauch gemäss Erhebungen von auto-schweiz 8,29 Liter pro 100 km. Bereits heute gibt es aber auch Wagen, die sich mit wenig mehr als 3 Litern begnügen.

Um die CO<sub>2</sub>-Ziele des Kyoto-Protokolls (vgl. Seite 2) und von EnergieSchweiz im Bereich der Mobilität zu erreichen, reicht die Verbrauchsreduktion der Neuwagen jedoch allein nicht aus. EnergieSchweiz ermutigt die Autofahrer deshalb auch dazu, sich eine sparsame Fahrweise nach Eco-Drive® anzueignen und vermehrt die öffentlichen Verkehrsmittel oder ein nicht motorisiertes Fahrzeug zu benutzen.



Alle ausgestellten Neuwagen (Bild: Autosalon Genf) müssen jetzt mit der energieEtikette versehen sein.



## INFORMATIONSKAMPAGNE

## Wenn der Waschbär brummt ...

Automobil- und Treibstoffindustrie sind prominente Partner in der Kampagne für die Personwagen-Etikette. Auch die Waschbären machen mit ...

Der Waschbär, der für die energieEtikette der Elektrogeräte wirbt, klettert aus der Waschmaschine heraus und bekommt Zuwachs: Eine vierköpfige Waschbären-Familie steht im Zentrum der Kampagne für die Personwagen-Etikette.

Sie hat Auftritte im Fernsehspot, auf Plakaten, auf der Internetseite, in Informationsbroschüren sowie an Ausstellungen und Messen. «Achten Sie auf die energieEtikette», fordern die Waschbären am Strassenrand auf.

«Die Kampagne für die energieEtikette der Elektrogeräte war sehr erfolgreich», freut sich Chantal Purro. Die Marketingfachfrau ist bei EnergieSchweiz sowohl für die Kampagne für verbrauchsarme Elektrogeräte als auch für jene für effizientere Personwagen verantwortlich. «Nicht zuletzt dank dem kuscheligen Waschbär wissen bereits 40 Prozent der Bevölkerung von der energieEtikette. An diesen Erfolg möchten wir anknüpfen.»

**Startschuss.** Eine Medienorientierung mit einer Mini-Autoausstellung setzt am 24. Februar 2003 den Startschuss zur neuen Werbekampagne. Bundesrat Moritz Leuenberger führt sie gemeinsam mit den Vertretern der Autobranche durch. Sowohl die Vereinigung Schweizer Automobil-Importeure, auto-schweiz, als auch der Autogewerbe-Verband der Schweiz und der TCS sind mit von der Partie.

Der TCS propagiert die Etikette mit dem Verbrauchskatalog. Sener Zeitung «Touring» (Auflage: 1,4 Millionen) legt er die Kurzinformation zur neuen Etikette bei. Weitere Partner der Kampagne sind Shell, Agip und Migrol. Chantal Purro weiss diese breite Unterstützung durch die Branche zu schätzen: «Es ist das erste Mal, dass wir so eng mit all diesen Partnern zusammenarbeiten. Dies wird entscheidend zum Erfolg der Kampagne beitragen.»

**Automobilisalon.** Der Höhepunkt der Kampagne folgt der Lancierung auf der Fersa. Am Automobilisalon in Genf vom 6. bis 16. März 2003 sollen die serienmässig hergestellten Autos bereits eine energieEtikette aufweisen.



Informationen zu allen Personwagen liefert der Verbrauchskatalog von TCS und EnergieSchweiz.

Für die erwarteten 700 000 Salonbesucher und -besucherinnen ist dies eine einmalige Gelegenheit, die ganze Fahrzeugpalette versammelt zu haben und die Effizienz der einzelnen Modelle zu vergleichen.

Nur besonders effiziente Erdgas- und Hybridfahrzeuge der Kategorien A und B sind am EcoCar-Stand des Verbandes e'mobile (Standnummer 5130) ausgestellt. Hier bietet EnergieSchweiz Informationen zur Auto-Etikette.

EcoCar ist ein Gemeinschaftsprojekt zur Förderung von besonders effizienten Strassenfahrzeugen. Dazu zählen verbrauchsarme Benzin- und Dieselaautos ebenso wie Erdgas-, Hybrid- und Elektrofahrzeuge. Die Federführung hat der Schweizerische Verband für elektrische und effiziente Strassenfahrzeuge, e'mobile. Die Partner in diesem von EnergieSchweiz unterstützten Projekt sind die Fahrzeuganbieter und die Verbände der Energiewirtschaft.

Am Autosalon ist der Verband der Schweizerischen Erdgasindustrie mit EnergieSchweiz der wichtigste Partner von e'mobile. Entsprechend tummeln sich die niedlichen Waschbären auf dem EcoCar-Stand vor allem zwischen Erdgas-Autos.

## Mehr Infos?

Die folgenden Informationsmittel zur energieEtikette stehen auf Deutsch, Französisch und Italienisch zur Verfügung:

■ **Infoline:** 0848 444 444 gibt Antwort auf alle Fragen zur energieEtikette.

■ **Webseite:** [www.energieetikette.ch](http://www.energieetikette.ch) informiert zur energieEtikette allgemein, bietet eine detaillierte Fahrzeugliste, gibt Antwort auf häufig gestellte Fragen und enthält Links zu den wichtigsten Partnern der Kampagne.

■ **Kurzinformation:** Auf 8 Seiten ist das Wichtigste zur energieEtikette Personwagen leicht verständlich zusammengestellt. Die Broschüre ist ab Ende Februar gratis erhältlich bei EnergieSchweiz, Bundesamt für Energie, 3003 Bern, 031 323 22 44.

■ **Verbrauchskatalog 2003:** Der Verbrauchskatalog von TCS und EnergieSchweiz enthält eine Liste mit den wichtigsten Informationen zu allen in der Schweiz erhältlichen Personwagen. Darunter sind auch Angaben zum Treibstoffverbrauch, zum CO<sub>2</sub>-Ausstoss und zur Effizienz-kategorie. Der Verbrauchskatalog enthält zudem umfassende allgemeine Informationen rund um die energieEtikette. Die Ausgabe 2003 erscheint anfangs März und ist bei allen Garagen und TCS-Sektionen gratis erhältlich.

