

Aktion «Licht aus» in Thun umgesetzt

Wird es dunkel über der Innenstadt von Thun? Karl-Georg Scheuter interviewte Bruno Guggisberg, Leiter Energieeffizienz bei Energie Thun AG.

Die Energie Thun AG lebt vom Stromverkauf – warum sollen Ihre Kunden sparen?

Zunächst ist ein haushälterischer Umgang mit der Energie ein gesellschaftliches Anliegen, das wir nicht zuletzt im Hinblick auf die Umsetzung der Energiestrategie 2050 ernst nehmen. Die Energie Thun AG hat sich denn auch dem Masterplan 2050 der Swisspower Stadtwerke verpflichtet.

Als Energieversorger wollen wir unsere Kunden sicher, zuverlässig und wirtschaftlich mit Energie versorgen. Wir verstehen uns nicht nur als Stromlieferant, sondern auch als verantwortungsbewussten Dienstleister und Partner. Deshalb unterstützen wir unsere Kunden bei der Optimierung ihres Energieverbrauchs. Gleichzeitig erhöhen wir den Strom-Eigenversorgungsgrad, was im Übrigen auch ein strategisches Ziel der Energie Thun AG ist.

Stromverbrauch und der Reduktion von Lichtverschmutzung sind natürlich auch Kundenkontakte und ein gutes Image zunehmend wichtig.

Sie arbeiten in diesem Projekt mit «pro.obscurare» zusammen. Warum?

Es macht Freude zu sehen, mit welchem Engagement sich die Leute von pro.obscurare auf freiwilliger Basis für dieses Projekt einsetzen.

Sind ihre Vorschläge bei den Verantwortlichen der Innenstadtgeschäfte gut angekommen?

Die Akzeptanz bei der Bevölkerung ist enorm hoch. Die Leute sehen keinen Grund, zu später Stunde in den Schaufenstern noch die volle Beleuchtung zu haben. Von den Shop-Betreibern haben wir, abgesehen von ein paar kritischen Stimmen, ebenfalls durchwegs positive Signale erhalten.

Haben Sie Ziele bezüglich Reduktion der Lichtverschmutzung bei Ihren Kunden?

Mit unserem Bestreben, die Kunden zu einem haushälterischen Umgang mit

Wir sind in der Endphase – rund 25 Shop-Betreiber haben sich mit einer Vereinbarung dazu «verpflichtet», in den Nachtstunden die Schaufenster dunkel zu halten. Zudem bin ich überzeugt, dass wir mit dieser Aktion auch eine allgemeine Sensibilisierung für Umwelt- und Energiethemen erreicht haben.

Wie gehen Sie auf Ihre Kunden zu, um sie von den Vorteilen zu überzeugen?

Die Vorteile liegen auf der Hand: weniger Verbrauch – geringere Kosten. Und für die Umwelt: weniger Lichtemissionen.

Die Kunden wurden direkt durch pro.obscurare kontaktiert – zuerst schriftlich, dann persönlich. Durch die Zusammenarbeit mit der Stadt Thun konnten wir zusätzliche Mittel einsetzen und unter anderem mit der Verteilung von Zeitschaltuhren unter den Shop-Betreibern mehr Aufmerksamkeit erzielen.

Haben Sie ein positives Echo aus den Medien gehört?

Wir haben durchwegs positive Rückmeldungen, namentlich aus der Bevöl-



Während manche Läden vorbildlich Licht aus praktizieren, sind vor allem Filialen grosser Ketten schwieriger zu überzeugen.

Wie kamen Sie zu dieser Idee «Licht aus» für die Thuner Innenstadtgeschäfte?

Wir haben von der Aktion «Licht aus» in Basel und Zug erfahren und waren sofort überzeugt, dass wir etwas Ähnliches auch in Thun lancieren sollten. Nach einer nächtlichen Kreuzfahrt mit dem Velo durch Thun war mir klar, dass noch Potenzial vorhanden ist.

Nebst den positiven Effekten auf den

Energie zu motivieren, erreichen wir als Nebeneffekt auch die Reduktion von Lichtverschmutzung. Bei der öffentlichen Beleuchtung setzen wir zudem konsequent auf modernste LED-Leuchten mit Reduzierschaltung, sodass wir einerseits Strom sparen, andererseits aber auch möglichst wenig Streulicht generieren.

Wo stehen Sie in diesem Projekt?

erhalten.

Glauben Sie, dass dieses Projekt bei anderen Partnern von Swisspower Nachahmer finden wird?

Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass das Projekt auch in weiteren Städten umgesetzt werden kann. Wichtig scheint mir aber, dass die Leute von pro.obscurare von Partnern tatkräftig unterstützt werden.