



# TopRunner

## Vorbereitung eines TopRunner-Impulsprogramms

 Verbraucher | [Information](#)

i

### Projektinformationen

#### Förderprogramm

Innovative Klimaschutzprojekte

#### Projektlaufzeit

1. Januar 2009 bis 31. Juli 2009

#### Projektnehmer

Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena)

#### Förderkennzeichen

03KSE004

#### Fördersumme

214.796 Euro

#### Kontakt

[info@dena.de](mailto:info@dena.de)

[www.dena.de](http://www.dena.de)

## Nur die Besten werden gefördert!

Die Kurve des Stromverbrauchs der privaten Haushalte konnte lange Zeit nur eine Richtung: nach oben. Diese Tendenz sollte durch die Einführung des TopRunner-Impulsprogramms durchbrochen werden.

### Auf einen Blick

Kampagnen und Programme zum Stromsparen gab und gibt es viele. Sie versuchen mit unterschiedlichen Instrumenten, Verbraucherinnen und Verbraucher zur Verringerung ihres Stromverbrauchs zu motivieren. Die Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena) legte eine Studie für die Einführung des TopRunner-Impulsprogramms vor. Eine Arbeitsgruppe aus dena und Öko-Institut hatte bereits im Jahr 2008 die Grundkonzeption des Impulsprogramms erarbeitet. Das Programm hatte zum Ziel nun erstmals verschiedene Ansätze der Information, Beratung und Förderung miteinander kombinieren. Schwerpunkt der Kampagne sollten finanzielle Anreize für den Kauf hocheffizienter Haushaltsgeräte bilden, um deren Anteil am Markt spürbar zu steigern. Zur Vorbereitung dieses komplexen Unterfangens wurde ein Projekt vorgeschaltet, das Ideen sammeln, Meinungen einholen und Entwürfe erarbeiten sollte.



Mit einer energieeffizienten Spülmaschine kann man Strom und Geld sparen.



## Die Säulen des Programms

Die Deutsche Energie-Agentur (dena) erarbeitete im Projekt konkrete Vorschläge zu den wesentlichen Säulen des Impulsprogramms. Dazu gehören:

- die Förderung des Kaufes eines hocheffizienten Haushaltsgerätes mit circa 100 Euro;
- eine Produktdatenbank, in der alle förderfähigen Produkte aufgelistet sind, als Orientierung für die Verbraucherinnen und Verbraucher und den Einzelhandel;
- die Stromsparberatung, als Basis für die weiteren Investitionen und Verhaltensänderungen;
- die fachgerechte Entsorgung des auszutauschenden Altgerätes;
- und ein Kommunikations- und Multiplikatorenkonzept.

### Was sollte das Projekt erreichen?

Mit der Einführung des Programms sollten Verbraucherinnen und Verbraucher informiert und motiviert werden, energieeffiziente und klimaschützende Haushaltsgeräte zu kaufen. Das Projektteam sollte ein umfassendes Konzept entwickeln, dass die Einführung des TopRunner-Impulsprogramms unterstützt.

## Hersteller, Handel und Verbände einbinden

Vorgespräche führte die dena mit über 20 Vertreterinnen und Vertretern von Firmen und Verbänden der Gerätehersteller, des Handels und des Elektrohandwerks. Sie signalisierten ihre Bereitschaft den Aufbau der Gerätedatenbank und die Abwicklung des Förderverfahrens zu unterstützen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollten informiert und geschult werden um Kundinnen und Kunden am Ort des Kaufes qualifiziert zu beraten – ob im Großmarkt oder beim Fachgeschäft.

## Senden auf allen Kanälen

Für die Bekanntmachung des Programms wurde ein umfassendes Konzept entwickelt, das die Klaviatur aller Kommunikationskanäle bespielen sollte:

- eine klar strukturierte und ansprechend gestaltete Internetpräsenz mit allen Fakten zum Programm – Entwürfe gab es für die Struktur und das Design;
- eine Telefon-Hotline für den persönlichen Kontakt zur schnellen Beantwortung individueller Fragen;
- Pressemitteilungen, Fachartikel, Gespräche, Erfahrungsberichte und Geschichten als Elemente, um bei Journalistinnen und Journalisten Interesse zu wecken und ihnen die Arbeit so leicht wie möglich zu machen;
- Textbausteine für den Einsatz in Print- und elektronischen Medien, Faltblätter zum Auslegen im Handel und der Beratungseinrichtungen;
- Vorschlag für prägnante Werbung (Logo, Banner, Anzeigen, TV- und Radiospots und Plakate mit Infografiken).

### Was hat das Projekt erreicht?

Das Konzept zur Einführung des TopRunner-Impulsprogramms wurde erarbeitet. Um die Einführung des Programms zu fördern, wurden Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (Handel, Hersteller sowie Beraterinnen und Berater) eingebunden und ein ausgefeiltes Kommunikationskonzept zur Bewerbung des Programms über die verschiedenen Kommunikationskanäle (online, vor Ort) erstellt.

## Viele Wege führen zum Geld

Wenn es ums Geld geht, steckt der Teufel besonders gern in den Details. Daher wurde die Umsetzung der Förderung intensiv diskutiert, unter anderem mit der voraussichtlichen Bewilligungsstelle, dem Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA).



Im Ergebnis kam das Projekt auf zwei mögliche Varianten. In der einen wollte man das Geld direkt an die Verbraucherinnen und Verbraucher auszahlen, sofern sie die Rückgabe des Altgerätes und den Erwerb eines förderfähigen Neugerätes nachweisen konnten. In der anderen könnte die Abwicklung über das Geschäft laufen, das in diesem Fall den Förderantrag für seine Kundinnen und Kunden bei der Bewilligungsstelle einreicht.

#### Wie ging es weiter?

Weiterführende Information zur Konzeption des TopRunner-Impulsprogramms sind zu finden unter: [www.oeko.de/oekodoc/1284/2009-136-de.pdf](http://www.oeko.de/oekodoc/1284/2009-136-de.pdf).

Wäschetrockner, so empfahl das Projektteam nach der intensiven Vorarbeit die Konzentration auf die Kühl- und Gefriergeräte. Hier sollten nur Geräte ab Energieeffizienzklasse A++ mit einem definierten Höchstverbrauchswert gefördert werden. Die Gründe waren die begrenzte Fördersumme und die einfachere Bewerbung des Programms gegenüber den Verbraucherinnen und Verbrauchern.

#### Checkliste der Erfolgsfaktoren

- Fokussierung des Förderprogramms auf eine Produktkategorie;
- Nutzung der Erfahrungen der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus dem Bereich Energie- und Verbraucherberatung;
- Nutzung der Erfahrungen anderer Projekte.

## Beitrag zum Klimaschutz

Da das Projekt der Vorbereitung eines Programms diente, entstanden keine direkten CO<sub>2</sub>-Emissionsminderungen. Würde das Impulsprogramm jedoch umgesetzt, so könnte es enorme Effekte auslösen. Gradmesser dafür sind die Verkaufszahlen der Haushaltsgeräte differenziert nach den Energieeffizienzklassen. 2009 lag der Marktanteil der effizientesten A++ Geräte zum Beispiel bei den Kühlschränken nur bei 13 Prozent. Gelänge es, diese Anteile, auch in anderen Produktkategorien, deutlich zu steigern, hätte das Auswirkungen auf den Stromverbrauch und damit die Treibhausgasemissionen der privaten Haushalte.

## Tipps und Tricks für interessierte Institutionen

Personen und Organisationen, die neue Förderprogramme aufsetzen, können die Erfahrungen aus dem Projekt nutzen.

### Fokussierung auf eine Produktkategorie

War das Impulsprogramm anfangs noch für mehrere Haushaltsgeräte im Gespräch wie Gasherde oder

### Von Erfahrungen aus anderen Projekten profitieren

Bei der Vorbereitung der Einführung des TopRunner-Impulsprogramms konnte man auf den Erfahrungen aus der Durchführung des Projektes „Abwrackprämie“ aufbauen. So war es leichter den finanziellen und personellen Aufwand zu kalkulieren, der mit der Einführung des Impulsprogramms verbunden wäre.

Auch Missbrauchsfälle, die sich im Projekt „Abwrackprämie“ zeigten, berücksichtigte man in der Vorbereitung. Im Projekt „Abwrackprämie“ wurden die alten Pkw teilweise nicht wie vorgesehen fachgerecht entsorgt, sondern in Drittländer geliefert. Im TopRunner-Programm werden die Programmteilnehmerinnen und – teilnehmer entsprechend verpflichtet die Altgeräte fachgerecht zu entsorgen.



## Erfahrung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nutzen

Das Rad muss nicht zweimal erfunden werden. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren mit Erfahrung in der Energie- und Verbraucherberatung wie die Stiftung Warentest und die Verbraucherzentralen sowie die Umweltverbände und Klimaschutzbündnisse sollten das Programm begleiten und bei der Verbreitung mitwirken.

### Klimaschutz braucht Initiative

Die Nationale Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesumweltministeriums unterstützt seit 2008 zahlreiche Projekte, die einen Beitrag zur Senkung der Treibhausgasemissionen leisten. Die Förderung erstreckt sich von der Entwicklung langfristiger Strategien bis hin zu konkreten Hilfestellungen und investiven Maßnahmen. Die guten Ideen aus den Projekten tragen dazu bei, den Klimaschutz vor Ort zu verankern. Hiervon profitieren Verbraucherinnen und Verbraucher, Kommunen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen.

### Impressum

**Herausgeber:** Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) Referat Öffentlichkeitsarbeit · 11055 Berlin · [service@bmub.bund.de](mailto:service@bmub.bund.de) · [www.bmub.bund.de](http://www.bmub.bund.de)

**Redaktion:** BMUB, Referat KI I 2 · Arepo Consult · Februar 2018

**Bildnachweise und Lizenzen:** Bild (Spülmaschine): © skynesher

**Quellen:** Die Zusammenfassung basiert auf dem Abschlussbericht des Projektes sowie auf weiteren Veröffentlichungen in Fachmedien.