

**Anfrage**

Die Presse informierte die Öffentlichkeit und die Behörden, dass sich das Unternehmen EEF.ENSA, das für den Kanton Freiburg von grossem Interesse ist, für den Namen « Groupe E » entschieden hat.

Diese Bezeichnung ist erstaunlich, wenn man bedenkt, dass der Kanton Freiburg die Allgemeine Wasser- und Forstgesellschaft aufgekauft und sich danach an der Schaffung der FEW 1915 beteiligt hat.

Die elektrische Ausrüstung des Grossteils des Kantonsgebiets ist den Regierungen zu verdanken, die sich im Laufe der Zeit abwechselten und die stets auf die Unterstützung des Grossen Rats und des Freiburger Volks zählen konnten.

Die FEW sind ausserdem ein bekanntes und vertrauenswürdige Unternehmen, deren Initialen daran erinnern, dass sie aus einer Fusion entstanden sind und ihre Wurzeln im Kanton Freiburg haben. Ich bin, wie bestimmt viele andere Freiburger auch, etwas erstaunt und irritiert über den neuen Namen.

Deshalb stelle ich dem Staatsrat folgende Fragen:

1. Was hält er vom neuen Namen unserer hochgeschätzten FEW? (Beim Namen « Groupe E » könnte man glauben, es handle sich um einen Pool in einem Sportwettkampf).
2. Welche Kosten sind mit diesem neuen Namen verbunden? (Werbekosten, Änderung der Schilder und Wegweiser, des Briefpapiers usw.)

15. November 2005

**Antwort des Staatsrats**

Die Fusion der Unternehmen FEW und ENSA erforderte die Wahl eines neuen Namens, einerseits um der neuen Gesellschaft einen Markennamen zu verleihen und andererseits um den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das Gefühl zu geben, zu ein und demselben Unternehmen zu gehören.

Die Wahl fiel auf den Namen « Groupe E », wobei der Buchstabe E in Verbindung mit Energie und Elektrizität, aber auch mit dem alten Namen EEF.ENSA steht. Der Name EEF.ENSA wurde im Übrigen nicht völlig abgelegt, denn er ist im neuen Logo enthalten, um den Übergang zu markieren.

Der Staatsrat wurde zum neuen Namen nicht formell um Stellungnahme gebeten, hat aber mit der Genehmigung der neuen Gesellschaftsstatuten die Wahl akzeptiert.

Angesichts der künftigen Liberalisierung des Elektrizitätsmarkts ist der Namenswechsel den Kunden gegenüber von grosser Bedeutung. Es ist wichtig, einen starken Markennamen zu schaffen und den Kundenstamm des Unternehmens zu festigen. In diesem Sinne wird sich die Kommunikationskampagne der Groupe E nicht alleine auf den Namenswechsel konzentrieren.

Aufgrund der Verwaltungsautonomie der Groupe E ist es nicht angebracht, die Kosten der Operation zu kommunizieren. Das für die Kommunikationskampagne vorgesehene Budget liegt jedoch in einem sehr vernünftigen Rahmen.

Freiburg, den 10. Januar 2006