

Juli 2007, 003790529

Evaluation

Jahresbericht 2006

Autor:

Kurt Bisang

EnergieSchweiz

Bundesamt für Energie BFE, Worblentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern
Tel. 031 322 56 11. Fax 031 323 25 00 · office@bfe.admin.ch · www.energie-schweiz.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Abgeschlossene Evaluationen	4
1.1	Punktuelle Evaluationen.....	4
1.1.1	Evaluation Car-Sharing	4
1.1.2	Schlussevaluation der Pilotphase betriebliches Mobilitätsmanagement.....	4
1.1.3	Evaluation der Kampagne solarbegeistert	5
1.1.4	Evaluation des Netzwerks Biomasse	5
2	Laufende Evaluationen	6
2.1	Punktuelle Evaluationen.....	6
2.1.1	Evaluationen Eco-Drive	6
2.1.2	Evaluation der Imagekampagne „Holz: Energie, die nachwächst“	7
2.1.3	Evaluation EcoCar.....	7
2.1.4	Evaluation der Agentur für Erneuerbare Energien und Energieeffizienz (AEE).....	8
2.2	Strategische Evaluationen	8
2.2.1	Evaluation Information und Beratung der Agenturen von EnergieSchweiz	8
3	Umsetzung von Evaluationsergebnissen	9
4	Ausblick	9
5	Kontaktadresse.....	10

1 Abgeschlossene Evaluationen

1.1 Punktuelle Evaluationen

1.1.1 Evaluation Car-Sharing

EnergieSchweiz betrachtet die kombinierte Mobilität als besonders energieeffiziente Fortbewegungsart und das Car-Sharing als eines der wirkungsvollsten Instrumente zur Förderung der kombinierten Mobilität und somit zur Verbesserung der Energieeffizienz im Verkehr. Aus diesen Gründen wurde Car-Sharing im Rahmen von Energie2000 und zu Beginn von EnergieSchweiz im Rahmen einzelner Projekte finanziell unterstützt. Auf eine direkte Unterstützung des im Markt mittlerweile gut verankerten Anbieters verzichtet EnergieSchweiz nun, Car-Sharing-Anbieter und –Angebote bleiben im Rahmen anderer Aktivitäten von Interesse, so z.B. im Rahmen der Aktivitäten der Energiestädte oder von betrieblichem Mobilitätsmanagement.

Die Berechnungen der energetischen Wirkungen von Car-Sharing in der Schweiz beruhen auf Erhebungen aus den Jahren 1991 und 1997. Angesichts der weiterhin grossen Bedeutung dieses Mobilitätsangebots war eine Aktualisierung der Datengrundlage angezeigt. Insbesondere die Potential- und Wirkungsabschätzungen können aufgrund der inzwischen gemachten Erfahrungen auf eine fundiertere Basis gestellt und auch aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen neu beurteilt werden. Die Evaluation konzentrierte sich auf die Untersuchung der Auswirkungen von Car-Sharing auf das Verkehrsverhalten von Kundinnen und Kunden und somit auf die energetischen Wirkungen.

Car-Sharing leistet insgesamt einen Beitrag zum Energiesparen und Klimaschutz, weil ein bedeutender Teil der privaten Kundinnen und Kunden dank der sporadischen Nutzung von Car-Sharing auf ein Erst- oder Zweitauto verzichten kann. Mobility leistete 2005 einen Beitrag von rund 78TJ Treibstoff (pro Privatkunde: 1450 MJ bzw. 0.2t CO₂/Jahr). Mobility erhöht bei der Mehrheit der Privatkunden (78%) die zurückgelegten Motorfahrzeugkilometer. Diese Erhöhung ist aber gering und wird bei weitem dadurch aufgewogen, dass ein Teil der Privatkunden (22%) ohne Mobility einen Erst- oder Zweitwagen zulegen würde. Durch diesen kleineren Teil der Privatkunden resultiert die beachtliche Einsparwirkung. Im Vergleich zur Referenzuntersuchung des BFE aus dem Jahre 1998 hat sich die Wirkung von Mobility pro Privatkunde in etwa halbiert (Gründe: andere Kundensegment, aktualisierter methodischer Zugang). Im Falle der Business-Kunden ist von einem eher geringen energetischen Effekt auszugehen. Die Studie basiert auf Auswertungen von Firmendatenbanken von Mobility sowie zwei schriftlichen Befragungen unter Privat- bzw. Business-Kunden.

1.1.2 Schlussevaluation der Pilotphase betriebliches Mobilitätsmanagement

Mobilitätsmanagement soll im Unternehmen zu einer ganzheitlichen und systematischen Mobilitätsplanung beitragen und so die Eigenverantwortung der Firmen im Mobilitätsbereich fördern und längerfristig sichern. EnergieSchweiz wollte 2003/04 mit einer Pilotphase „Mobilitätsmanagement im Unternehmen“ feststellen, welche Ansätze und Instrumente bei Firmen auf genügend Akzeptanz stossen und welche Wirkungspotentiale erschlossen werden können. Insgesamt wurden 26 Unternehmen beim Aufbau eines Mobilitätsmanagementsystems unterstützt, wovon mindestens 13 Firmen konkrete Massnahmen beschlossen haben. Die Mobilitätsmanagementsysteme, Erfahrungen und Wirkungen in diesen Firmen wurden im Rahmen der Schlussevaluation der Pilotphase analysiert.

Rund ein Dutzend Betriebe hat ihre Verkehrsvorgänge evaluiert und Massnahmen zur Reduktion des Verkehrsvolumens formuliert. Die Unternehmen haben eine oder mehrere Massnahmen im Bereich Pendlerverkehr umgesetzt, über die Hälfte zudem Massnahmen im Bereich Geschäftsverkehr. Der Kundenverkehr hingegen wurde kaum und der Güterverkehr überhaupt nicht tangiert. Der motorisierte Pendlerverkehr wurde im Durchschnitt um 14% reduziert, was Erfahrungen im Ausland entspricht. Angesichts der geringen Fallzahl und wegen der sehr grossen Unterschiede von Wirkungen und Kos-

ten zwischen den Unternehmen, sind Verallgemeinerungen aber verfrüht. Die Wirkungen entfalten sich zudem nicht alleine durch das Mobilitätsmanagement-System, sondern nur in Kombination mit weiteren Push- und Pull-Faktoren, insbesondere lokalen gesetzlichen Vorgaben zu Parkplätzen. Besonders grosses Sparpotential ergibt sich durch Parkplatzbewirtschaftung und durch die Substitution von Fernreisen durch Videokonferenzen.

1.1.3 Evaluation der Kampagne solarbegeistert

Das Bundesamt für Energie fördert die Nutzung von Solarwärme (thermische Solarenergie) als erneuerbare Energiequelle im Rahmen des Programms EnergieSchweiz und in enger Zusammenarbeit mit dem Netzwerk SWISSOLAR und den Kantonen. Von 2003-2005 fokussierte SWISSOLAR die Ressourcen für die Förderung von thermischer Solarenergie auf die Marketingkampagne „solarbegeistert“ (resp. „Le solaire, évidemment“, „il solare – naturalmente“). Die zentralen Elemente der Kampagne waren das gemeinsame Motto für alle Akteure, die Konzentration auf die Warmwasseraufbereitung als erfolversprechendstem Marktbereich und das Beheben erkannter Informationsdefizite. Die Dachkampagne setzte auf einen einfachen, einprägsamen, direkten und frischen Auftritt, und hob sich damit vom bisherigen eher ökologischen oder technischen Solarimage ab. Einige der wichtigsten Massnahmen der Kampagne waren eine Inseratekampagne in Zeitschriften mit Zielpublikum Gebäudebesitzer, Leporellos (Verteilung über Hersteller und Solarprofis, sowie Direktversand), Berichte in Medien, und das Betreiben einer Website. Mit der Kampagne „solarbegeistert“ sollen bei den Zielgruppen die Sensibilisierung für und das Interesse an Solarthermie erhöht werden. Als weitere Folgen sollen die Nachfrage nach Informationsmaterial und Dienstleistungen erhöht werden. Dadurch soll die Kampagne einen Beitrag leisten an das Ziel, die Verkaufszahlen von Kollektoren jährlich um mindestens 5% wachsen zu lassen.

Die Evaluation zeigt, dass der positive Auftritt gut ankommt und dass sich insbesondere die Inseratekampagne und die Tage der Sonne gut bewähren. Ebenfalls ein Erfolg ist die breite Verankerung in der Branche. Dass Kampagnenimpulse alleine den 2005 feststellbaren grossen Absatzzuwachs hätten auslösen können, ist aufgrund der immer noch sehr langen Entscheidungsprozesse der Investoren jedoch unwahrscheinlich. Unbefriedigend ist, dass die Informationsaktivitäten durch die Vielzahl der Akteure oft unkoordiniert erfolgt (kantonale Mailing-Aktionen, lokaler Tag der Sonne, private Installateure mit Kundengebiet über politische Grenzen).

1.1.4 Evaluation des Netzwerks Biomasse

Mit gezielten Aktionen unterstützt BiomassEnergie (www.biomasseenergie.ch) seit 2001 Gemeinden, Unternehmen und Landwirte darin, das Energiepotential von organischen Abfällen, Abwässern und Klärschlamm sowie Mist und Gülle besser zu nutzen und bestehende Markthindernisse abzubauen. Als Massnahmen stehen die direkte Bearbeitung der relevanten Zielgruppen durch Information und Ausbildungs- bzw. Qualitätssicherungs-Aktivitäten sowie gezielter Support bei der Projektrealisierung im Vordergrund. Der Bereich Biomasse (ohne Holz) umfasst verschiedenste Technologien, Marktsegmente und eine heterogen zusammengesetzte Akteurlandschaft. Im Vergleich zu anderen erneuerbaren Energien wie der Solarenergie, Wärmepumpen oder Holz kann in der Schweiz für den Energieträger Biomasse (ohne Holz) zudem auf eine weniger lange Erfahrung mit Netzwerkmanagement zurückgeblickt werden.

Die Informationsstellen BiomassEnergie haben sich in der Branche etablieren können. Das Netzwerk ist anerkannt und erbringt nach Ansicht der Partner und Zielgruppen wertvolle Leistungen. Die Kontakte der Infostelle und die Anzahl Beratungen für Anlagenbetreiber haben zugenommen. Ein Trend von allgemeiner Information zu spezifischer Beratung (Landwirtschaft) hat eingesetzt, folgerichtig mit den strategischen Schwerpunkten. Die Evaluation empfiehlt einzelne Verbesserungen im operativen Bereich (Pflege Adressdaten, Überarbeitung Layout, Kontakte zur landwirtschaftlichen Beratung und zu Vergärung, etc.). Die Zahl der Anlagen ist in den letzten beiden Jahren nur unwesentlich gestiegen.

Die Evaluation skizziert zudem Szenarien für eine strategische Neuausrichtung, inklusive eines möglichen Abbruchs, falls die Anlagenzahl nicht demnächst stark ansteigt.

2 Laufende Evaluationen

2.1 Punktuelle Evaluationen

2.1.1 Evaluationen Eco-Drive

Eco-Drive ist eine praxiserprobte Fahrtechnik. In der Schweiz können Interessierte diese Fahrweise seit den 90er Jahren in Kursen oder an Simulatoren lernen und einüben. Angesichts des Potentials an Treibstoffeinsparungen und der durchwegs positiven weiteren Wirkungen unterstützte der Bund im Rahmen von Energie2000 und EnergieSchweiz Eco-Drive finanziell und ideell. Eco-Drive ist ein sehr erfolgreiches Produkt. Eco-Drive ist zu einem obligatorischen Teil der Führerscheinprüfung von PKW-Fahrern im Rahmen der Zwei-Phasenausbildung geworden. Ein ähnliches Obligatorium für LKW-Fahrer ist in Vorbereitung. Dank des hohen Wirkungspotentials ist es zudem nahe liegend, dass die QAED, die Agentur zur Förderung und Qualitätssicherung von Eco-Drive, bei der Stiftung Klimarappen bedeutende zusätzliche Mittel akquirieren und damit ihre Aktivitäten verstärken und durch zusätzliche Massnahmen erweitern will.

Die neue Ausgangslage stellt eine Reihe von anspruchsvollen Fragen. Wie sind die Aktivitäten von QAED im Rahmen der gesetzlichen Massnahmen optimal auszurichten? Wie sind die mit dem Klimarappen entstandenen neuen finanziellen Möglichkeiten mit der bisherigen Unterstützung durch den Bund zu kombinieren? Ist die gewünschte Erhöhung der Gesamtausgaben für Eco-Drive auch insofern gerechtfertigt, dass die Wirkungen genügend detailliert dokumentiert sind (etwa in Anlehnung an aktuell in der internationalen Klimapolitik verwendeten methodischen Ansätzen)? Mit diesen Fragen wird weitgehend Neuland betreten. Das Bundesamt für Energie hat sich deshalb entschieden, in einer Expertise den bisherigen Wissenstand zu den Wirkungen von Eco-Drive und den Bedarf an zusätzlichen Angaben abzuklären. Die Ausgangslage dazu war günstig, weil bereits mehrere Studien vorliegen und der Ansatz der Wirkungssteuerung in diesem Bereich alles andere als neu ist.

Die entsprechende Expertise wurde anfangs 2007 publiziert. Das Bundesamt für Energie hat basierend darauf zwei weitere Evaluationen gestartet, nämlich im Bereich der Neulenker-Ausbildung und den LKW-Lenker. In diesen Bereichen ist das Wirkungspotential besonders hoch und die Unsicherheiten sind besonders ausgeprägt.

Zudem formulierte die Expertise weitere Empfehlungen: Abstützung der Wirkungsaufteilung der Stiftung Klimarappen und von EnergieSchweiz mit analytischer Buchhaltung; Reduzierung des wirkungsabhängigen Beitragsteils von QAED; Ausbau und Aufwertung der Controlling-Aktivitäten. Im Vordergrund bei den bisherigen wie zukünftigen Aktivitäten steht, die vorhandenen Möglichkeiten möglichst optimal für die Erreichung der CO₂-Ziele gemäss CO₂-Gesetz zu nutzen. Dafür sollen die Fahrtechnik Eco-Drive und die Qualitätssicherung durch QAED weiterhin optimiert werden. Die Schweiz nimmt mit Eco-Drive international eine wegweisende Vorreiterrolle ein. Gerade auch die Erfahrungen der Schweiz mit der ökologischen Fahrweise in den Bereichen Neu- und LKW-Lenker, wie sie mit laufenden Studien weiter analysiert werden, sollten deshalb auch international auf Resonanz stossen.

Die Expertise wurde im Januar 2007 auf Internet publiziert. Die Vorstudien zu den Evaluationen im Bereich der Neulenker und Fahrern schwerer Fahrzeuge sollten auf Herbst 2007 abgeschlossen werden.

2.1.2 Evaluation der Imagekampagne „Holz: Energie, die nachwächst“

Seit September 2004 führen die wichtigsten Verbände der Holzenergie-Branche unter der Leitung von Holzenergie Schweiz und finanziell unterstützt vom Bundesamt für Umwelt und vom Bundesamt für Energie die schweizweite Imagekampagne 'Holz: Energie, die nachwächst' durch. Die Imagekampagne ist auf eine Laufzeit von mindestens drei Jahren ausgelegt und soll wenn möglich mindestens bis ins Jahr 2010 weitergeführt werden. Nach den ersten drei Jahren wurde die Kampagne evaluiert. Ziele der Evaluation sind die Darstellung und Beurteilung der Resonanz und des Impacts der Kampagne bei Trägerverbänden und deren Verbandsmitgliedern sowie bei den Zielgruppen. Beurteilt werden die Inhalte, Formen und Medien der Kampagne sowie die Effizienz und Effektivität.

Die Evaluation soll in erster Linie aufzeigen, welche Wirkungen die Imagekampagne bei den Zielgruppen erreicht hat. Es soll untersucht werden, ob sich das Image von Holzenergie durch die Kampagne verbessert hat. Der Bekanntheitsgrad, die Wahrnehmung und Bewertung der Kampagne durch die Zielgruppen sollen evaluiert werden. Der Einfluss der Kampagne auf Investitionsentscheidungen zu Gunsten von Holzfeuerungsanlagen soll erhoben werden. Zum Vergleich können Daten aus einer bestehenden Marktanalyse von 2004 verwendet werden.

Weiter wird untersucht, welche Kampagnenpartner gewonnen werden konnten. Die Resonanz der Kampagne und der einzelnen Medien (Aufkleber, Poster, Flyer, Website) bei den Kampagnenpartnern wird erhoben. Die Evaluation bewertet die Anzahl und Qualität der gewonnenen Kampagnenpartner und analysiert ob potentielle Kampagnenpartner auf eine Teilnahme verzichten, weil sie die Kampagne oder Teile davon als inhaltlich und/oder gestalterisch ungeeignet betrachten. Zusätzlich beschreibt die Evaluation, welche Leistungen Holzenergie Schweiz im Rahmen der Imagekampagne zu welchen Kosten erbringt.

Insgesamt soll die Bilanzevaluation konkrete Empfehlungen liefern, welche Elemente der Kampagne weitergeführt werden sollen und welche nicht, bzw. welche Lücken aufgefüllt werden sollten.

Die Evaluation wird im Juni 2007 abgeschlossen und im August 2007 publiziert.

2.1.3 Evaluation EcoCar

EcoCar ist der Partner von EnergieSchweiz für die Promotion von energieeffizienten Fahrzeugen. Der Verband e'mobile, die gasmobil ag, der Verein NewRide und die Fondazione VEL haben im Januar 2005 die Agentur EcoCar gegründet. Die vier Organisationen führen Projekte durch, die u.a. von EnergieSchweiz unterstützt werden. Die Projekte zielen auf die Promotion von energieeffizienten Fahrzeugen (z.B. Gas-, Elektro- und Hybridfahrzeuge). Der Umstieg auf energieeffiziente Fahrzeuge bewirkt eine Reduktion des Treibstoffverbrauchs. Die Kooperation soll Synergien zwischen den Partnern und in der Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz schaffen und dadurch die Wirkung insgesamt und bei den einzelnen Organisationen erhöhen. EnergieSchweiz verfügt mit EcoCar über einen zentralen Ansprechpartner im Bereich energieeffizienter Fahrzeuge.

Die Evaluation soll Beiträge leisten zur Verbesserung der Ausrichtung und Organisationsstruktur der Agentur EcoCar und der vier Organisationen inklusive der Steuerung der Agentur durch das Bundesamt für Energie (formative Evaluation). Die Strategie, Organisationsstruktur und Zusammenarbeit innerhalb der Agentur EcoCar und der vier Organisationen soll analysiert und wo nötig Empfehlungen formuliert werden. Es ist zu prüfen, ob bei EcoCar bereits Synergien zwischen den Organisationen geschaffen werden konnten. Zu Handen der Agentur sind Empfehlungen zu formulieren für die Optimierung der Organisationsstruktur und -abläufe sowie der Massnahmen/Projekte.

Die Evaluation soll bis Ende 2007 abgeschlossen werden.

2.1.4 Evaluation der Agentur für Erneuerbare Energien und Energieeffizienz (AEE)

Die Agentur für Erneuerbare Energien und Energieeffizienz (AEE) wurde 1998 ins Leben gerufen. Im Auftrag des Bundes setzt sich die Agentur für eine Energieversorgung ein, die sich stärker auf CO₂-neutrale, risikoarme und nachhaltige Quellen stützt. Der Agentur gehören Verbände aus den Bereichen Haustechnik, Holz- und Forstwirtschaft sowie erneuerbare Energien an. Die Agentur verfügt über einen Vorstand und eine operative Geschäftsführung, welche die Umsetzung der Massnahmen leitet. Die Schwerpunkte der Tätigkeiten der Agentur als Dienstleister für die Agenturen von EnergieSchweiz im Bereich Erneuerbare Energien liegen in den Bereichen Dachmarketing und Lobbying/Koordination.

Die Agentur AEE soll Lücken abdecken, die von den auf einzelne Energieträger spezialisierten Agenturen nicht gefüllt werden können. Die AEE ist ein Dienstleistungsbetrieb für die Netzwerke von EnergieSchweiz. Die strategischen Gründe für die Unterstützung der Agentur AEE liegen in der möglichen Vermittlerrolle bei Konflikten zwischen verschiedenen Interessenorganisationen im Bereich erneuerbare Energien sowie in der Wahrnehmung übergeordneter, gemeinsamer Interessen. In der Anfangsphase (1998-2002) konnte die AEE bereits einige wichtige Erfolge erzielen, namentlich im Bereich Ökostrom. Betreffend ihrer Vermittlerrolle und dem politischen Lobbying standen den Erfolgen auch Misserfolge gegenüber. Insgesamt bewegt sich die Agentur in einem anspruchsvollen Umfeld mit einer Vielzahl an Akteuren, die zum Teil untereinander in Wettbewerb stehen.

Die Evaluation soll eine Bilanz über die bisherigen Tätigkeiten und Wirkungen der AEE ziehen (summativ Evaluation). Im Vordergrund steht der Zeitraum von 2004 bis 2006. Inwiefern bewährt sich der strategische Ansatz, im Bereich der erneuerbaren Energien eine übergeordnete Agentur zu betreiben? Die Wirkungen und Verdienste der Agentur und ihrer wichtigsten Dienstleistungen sind zu erfassen. Dafür muss auch festgestellt werden, inwiefern sich die AEE festigen und bei den Mitgliedern (AEE-Netzwerke), Partnern von EnergieSchweiz und weiteren Organisationen etablieren konnte. Im Mittelpunkt stehen die vom Bundesamt für Energie direkt mitfinanzierten Massnahmen und Projekte, namentlich in den Bereichen Marketing und Vernetzung.

Die Evaluation soll bis Ende 2007 abgeschlossen werden.

2.2 Strategische Evaluationen

2.2.1 Evaluation Information und Beratung der Agenturen von EnergieSchweiz

Das Bundesamt für Energie und die Kantone informieren und beraten die Öffentlichkeit und die Behörden über die Sicherstellung einer wirtschaftlichen und umweltverträglichen Energieversorgung, die Möglichkeiten einer sparsamen und rationellen Energienutzung sowie über die Nutzung erneuerbarer Energien. Bund und Kantone koordinieren ihre Tätigkeiten und können zusammen mit Privaten Informations- und Beratungsorganisationen schaffen (Art. 10 EnG). Das Programm EnergieSchweiz bündelt eine Reihe von Agenturen und Netzwerken, die als Informations- und Beratungsstellen aktiv Marketing für die sparsame und rationelle Energienutzung und die Nutzung erneuerbarer Energien betreiben. Die Agenturen und Netzwerke verwenden Informations- und Beratungsinstrumente, die jeweils auf ihren Marktsektor angepasst sein sollen. Beispiele sind Anlaufsstellen für allgemeine Informationen, Veranstaltungen, Themenkampagnen oder längere persönliche Beratungen.

Persuasive Instrumente wie Information und Beratung sind innerhalb der freiwilligen Massnahmen von EnergieSchweiz von zentraler Bedeutung. Dabei sind die Massnahmentypen Information und Beratung als Sammelbegriff für alle damit verbundenen Aktivitäten abzugrenzen von anderen Schwerpunktaktivitäten innerhalb des Programms EnergieSchweiz wie z.B. dem Massnahmentyp Aus- und Weiterbildung oder der Förderung des Abschlusses von freiwilligen Zielvereinbarungen zur Senkung des CO₂-Verbrauchs seitens von Unternehmen.

Die Evaluation dient der programm- bzw. agenturübergreifenden Überprüfung und Aktualisierung, der Vervollständigung sowie der Systematisierung der Analyse der Informations- und Beratungsaktivi-

täten von EnergieSchweiz. Die Bestandesaufnahme und Beurteilung der Informations- und Beratungsaktivitäten wird auf sämtliche in den Schwerpunkten der Strategie für EnergieSchweiz 2006-2010 aufgeführten Agenturen ausgedehnt. Die Analyse und Beurteilung der Informations- und Beratungsaktivitäten der verschiedenen Agenturen erfolgt aufgrund einer stringenten Typologie, führt zu über die Agenturen vergleichbaren Aussagen und kann bei Bedarf zu einem späteren Zeitpunkt mit verhältnismässigem Aufwand repliziert werden.

Die Evaluation soll bis Ende 2007 abgeschlossen werden.

3 Umsetzung von Evaluationsergebnissen

Der Umsetzbarkeit und Umsetzung der Evaluationsergebnisse wird weiterhin hohe Bedeutung beigemessen. Die zuständigen Bereichs- oder Projektleitenden nehmen schriftlich Stellung zur beabsichtigten Umsetzung der Resultate. Die Veränderungen werden rund ein Jahr später überprüft und mit den Empfehlungen der Evaluation verglichen. In der Regel fliessen Resultate aus den Evaluationen zudem in die Berechnung von energetischen Wirkungen ein, wie sie in der Wirkungsanalyse eCH ausgewiesen werden.

Der Stand der Umsetzung bei den 2006 abgeschlossenen Evaluationen kann wie folgt zusammengefasst werden:

- ◆ Evaluation der Pilotphase betriebliches Mobilitätsmanagement: Die Empfehlungen der Evaluation sind in die weitere Phase der Förderung eingeflossen und wurden den Mobilitätsberatern an einer Jahrestagung direkt referiert. Das Mobilitätsmanagement konnte weiter systematisiert werden. Es besteht weiterhin ein Handlungsbedarf, um Mobilitätsmanagement in bestehende Managementsysteme zu integrieren.
- ◆ Evaluation der Kampagne solarbegeistert: Die Kampagne konnte vereinfacht werden und noch stärker auf die besonders erfolgreichen Massnahmen, die Inseratekampagne und die Tage der Sonne, ausgerichtet werden.
- ◆ Evaluation Netzwerk Biomasse: Das Erscheinungsbild, insbesondere die Homepage, wurden wie vorgeschlagen überprüft und besonders hinsichtlich der Farbgebung erneuert. Im Vordergrund steht die Dienstleistungsfunktion für die Zielgruppen. BiomassEnergie wurde noch deutlicher als Informationsstelle positioniert. Die Grundlagen der Wirkungsanalyse wurden wie vorgeschlagen verfeinert.
- ◆ Evaluation CarSharing: Die Evaluation diente der Aktualisierung der Wirkungen von CarSharing auf den Treibstoffverbrauch. Die Studie ist im Inland auf ein beachtliches Medieninteresse gestossen, ebenso im Ausland bei Stellen, die mit der Förderung oder dem Aufbau von CarSharing beschäftigt sind.

Insgesamt wurden die meisten Empfehlungen überprüft, ganz oder ansatzweise umgesetzt bzw. es wurde begründet, weshalb auf eine Umsetzung verzichtet wird.

4 Ausblick

Für das Jahr 2007 und die folgenden Jahre sind weitere Evaluationsstudien vorgesehen, die unter Berücksichtigung der BFE-Strategie und der Budgetdiskussion ausgewählt werden. In Hinblick auf die

Schlussbeurteilung von EnergieSchweiz werden ab 2007 strategische Evaluationen in den Schwerpunkten von EnergieSchweiz vorgesehen. Besonderes Augenmerk wird zudem auf die weitere Standardisierung der Wirkungsberechnung bzw. auf den methodischen Abgleich zu bestehenden Berechnungsarten (wie sie in der internationalen und nationalen Klimapolitik verwendet werden) gerichtet (z.B. EcoDrive).

5 Kontaktadresse

Dr. Kurt Bisang
Bundesamt für Energie BFE
Sektion Nationale und internationale Energiepolitik
3003 Bern

kurt.bisang@bfe.admin.ch

Tel. 031 323 22 41

Fax 031 323 25 00

<http://www.energie-schweiz.ch/internet/00132/index.html?lang=de>

EnergieSchweiz

Bundesamt für Energie BFE, Worblentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern
Tel. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · office@bfe.admin.ch · www.energie-schweiz.ch