

März 2009

Jahresbericht 2008

S.A.F.E.
Schweizerische Agentur für Energieeffizienz

Autor:

P. Schneiter

S.A.F.E.
Paul Schneiter
Schaffhauserstrasse 34
8006 Zürich
Tel. +41 44 761 04 29
Fax+41 44 761 07 94
Mobil 079 307 10 11

paul.schneiter@energieeffizienz.ch

S.A.F.E. Schweizerische Agentur für Energieeffizienz

www.energieeffizienz.ch www.energie-schweiz.ch

Inhaltsverzeichnis

<u>1</u>	<u>ZUSAMMENFASSUNG</u>	<u>4</u>
<u>2</u>	<u>QUANTITATIVE BEURTEILUNG DER ZIELERREICHUNG</u>	<u>5</u>
2.1	ZIELE	5
2.2	ERGEBNISSE	5
<u>3</u>	<u>BEURTEILUNG DER AKTIVITÄTEN</u>	<u>6</u>
3.1	DIE WICHTIGSTEN AKTIVITÄTEN	6
3.2	BEWERTUNG DER AKTIVITÄTEN	8
3.3	EINGESETZTE MITTEL	10
3.4	KOSTEN / NUTZEN	11
<u>4</u>	<u>AUSBLICK</u>	<u>12</u>
4.1	ORGANISATION	12
4.2	PROJEKTE	12
<u>5</u>	<u>KONTAKTADRESSEN, BERICHTE, LINKS</u>	<u>13</u>
5.1	ADRESSEN	13
5.2	WEITERFÜHRENDE BERICHTE UND QUELLENANGABEN	13
5.3	LINKS	13

1 Zusammenfassung

Die gemäss Jahresplan durchgeführten Projekte konnten weitgehend wie geplant durchgeführt werden und die vereinbarten Projektziele wurden im Wesentlichen erreicht. Die für die Agentur S.A.F.E. festgelegten quantitativen Ziele für den publizistischen Wert und die Internet-Visits wurden deutlich übertroffen.

Der Mehrjahresvergleich (Abbildung 1) zeigt, dass die publizistische Leistung nach wie vor auf einem sehr hohen Niveau gehalten werden konnte. Dies wurde erreicht, weil S.A.F.E. von Medienschaffenden als wichtige kompetente und unabhängige Informationsquelle im Bereich Stromsparen wahrgenommen wird. Der publizistische Wert setzt sich zusammen aus Beiträgen in den Printmedien, Radio und TV sowie den erzielten Internet-Hits, bzw. -Visits. Die Abnahme gegenüber dem Vorjahr ist weitgehend auf eine geringere Anzahl Beiträge im TV zurückzuführen. Diese Abnahme ist im Rahmen der normalen Schwankungen, ein stetiges Wachstum ist nicht realistisch, insbesondere weil die zur Verfügung stehenden Mittel in den letzten Jahren gleich geblieben sind.

Die Internet-Visits konnten wieder gesteigert werden und sind nun wieder auf dem Niveau des Jahres 2006.

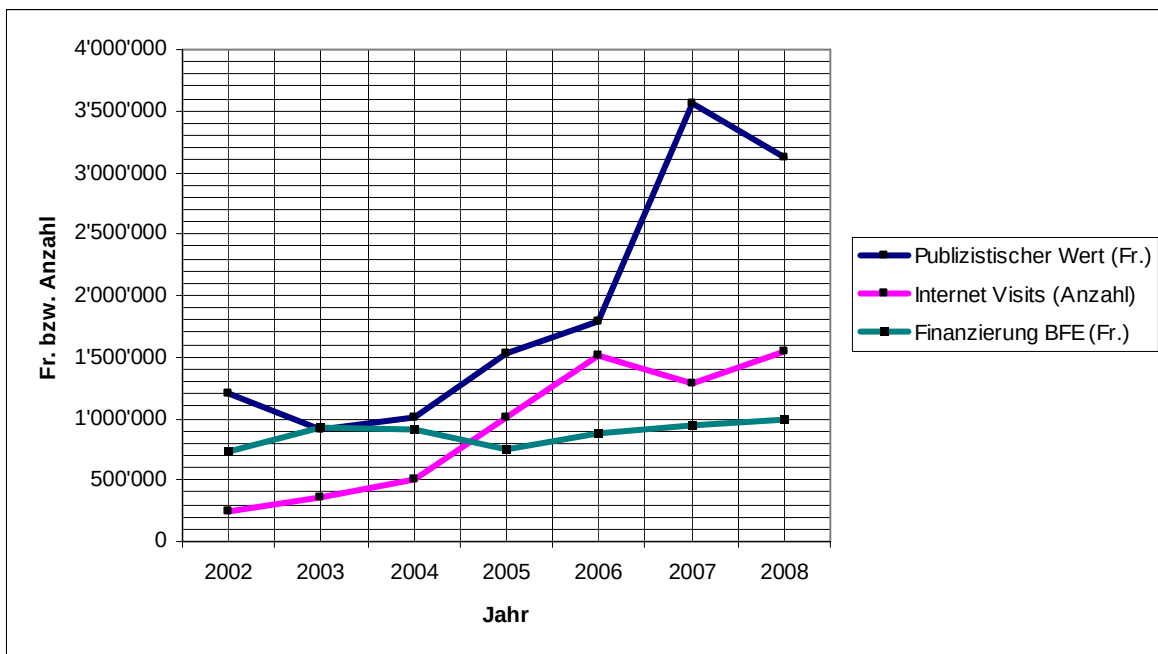


Abbildung 1. Mehrjahresvergleich des publizistischen Wertes, der Internet-Visits und der Finanzierung BFE

Die Bedeutung der internationalen Arbeiten von S.A.F.E. im Rahmen der IEA, EuP, IEC, Euro-Topten entspricht dem internationalen Kreis der Anbieter von (effizienten) elektrischen Geräten. Obwohl nicht mit Mitteln aus dem Rahmenvertrag mit dem BFE finanziert ist die internationale Zusammenarbeit für S.A.F.E für den Know How Austausch und die Auswirkungen auf schweizerische gesetzliche Anforderungen wichtig.

2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

2.1 Ziele

Gemäss dem Jahresplan 2008 wurden die folgenden quantitativen Ziele (Produktionsziele) vereinbart:

Publizistischer Wert:	Fr.	1'270'000
Anzahl Internet - Visits gemäss Besucherstatistik:		1'200'000

Neben diesen Zielen wurde die Finanzierung durch Dritte mit Fr. 2'285'000.- budgetiert.

2.2 Ergebnisse

Per Ende Jahr wurden die folgenden Werte erreicht:

Publizistischer Wert:	Fr.	2'960'083
(+ 133% gegenüber Zielwert)		
Anzahl Internet - Visits gemäss Besucherstatistik:		1'504'215
(+ 25% gegenüber Zielwert)		

Der hier aufgeführte publizistische Wert wurde durch Projekte und Aktivitäten von S.A.F.E. aus dem Marktbereich Elektrogeräte generiert. Ein Teil des Medienwertes steht in direktem Zusammenhang mit den Projekten, die gemäss der Jahresverfügung BFE finanziert wurden. Ein weiterer Teil der Medienwirkung wurde durch Aktivitäten erzeugt, die nicht direkt durch diese Projekte finanziert werden konnten, insbesondere handelt es sich dabei um Auftritte in Radio und Fernsehsendungen. Die Ziele wurden damit klar übertroffen.

Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der publizistische Wert um 16 %, die Anzahl Internet – Visits nahmen um 21 % zu.

Die Finanzierung durch Dritte (Eigenleistungen durch Dritte, Cashbeiträge, Publizistischer Wert) erreichte Fr. 4'487'000.- , bzw. 82 % der gesamten Finanzierung.

3 Beurteilung der Aktivitäten

3.1 Die wichtigsten Aktivitäten

Entsprechend den Projektplänen sind die folgenden Aktivitäten durchgeführt worden:

Topten

Topten ist das integrierende Projekt für energieeffiziente elektrische Geräte von S.A.F.E. und verbindet verschiedene Teilaktivitäten in einem publikumswirksamen Schaufenster. Ein wichtiger Teil der Aktivitäten war wiederum die laufende und systematische Aktualisierung aller Topten-Listen und Online-Ratgeber sowie die Erarbeitung und Aktualisierung von Topten-Kriterien. Aktuell werden in 8 Bereichen mit 45 Kategorien in 125 Listen über 1000 energieeffiziente Produkte in Deutsch, Französisch und Italienisch präsentiert. Recherchen und Tests verschiedener Gerätegruppen wurden durchgeführt und laufend veröffentlicht.

Die Beachtung im Internet war wieder sehr hoch: 2008 erzielt Topten.ch 1.1 Millionen Besucher mit 43 Millionen Hits. Die Medienpräsenz ist erneut sehr gut (NZZ, Sonntagszeitung, Blick, Beobachter, Saldo, K-Tipp, WWF-Magazin, Coop-Zeitung, Migros-Magazin etc.). Es wurden über 100 Beiträge in Printmedien produziert. Über die Printmedien werden zusätzliche Zielgruppen über beste Produkte, Energieeffizienz und die Ziele von EnergieSchweiz informiert und auf die Topten Website aufmerksam gemacht. Im Weiteren wurden 5 Beiträge am Fernsehen und ein Radiobeitrag realisiert.

Der Topten-Beitrag zur Markttransformation wird verstärkt dank Koordination und Harmonisierung mit EVU-Förderprogrammen, Einkaufskriterien von grossen Beschaffern und Grossverteilern, Kampagnen sowie Sortimentsoptimierung von Anbietern. Für professionelle Beschaffer wurden Neuauflagen der Flyer "Bürogeräte" und "Haushaltgeräte" herausgegeben. Für Berater wurde eine Topten-Postkarte erstellt. Zunehmend wird Topten auch bei der Sortimentsgestaltung bei den Grossverteilern Migros/M-Electronics, Coop/Interdiscount und EKZ-Ladenkette Eltop angewendet.

Mit Euro-Topten wird Topten bereits in über 10 Ländern umgesetzt. Mit Euro-Topten-Plus wird die EU ihre Beteiligung für 2009 bis 2011 verstärken. Topten USA ist nun in der Konzeptphase und mit China werden Verhandlungen intensiviert.

Toplicht

Das Projekt Toplicht gliedert sich in die vier Teilprojekte Toplicht-Webseite, Objektleuchten, Wohnleuchten und Strassenbeleuchtung.

Toplicht-Webseite: Die Leuchtenliste wurde ins Französische übersetzt. Zusätzlich wurde auf der Webseite eine neue Dokumentation mit Beispielen erstellt. Die Webseite verzeichnete 30'000 Besucher. Die Anzahl Hits liegt 60% über den prognostizierten Werten. Die Anzahl Beiträge entspricht der Prognose.

Objektleuchten: Ende November waren 176 Minergieleuchten von 15 Herstellern zertifiziert, bis Ende Jahr waren es rund 200. Die effektive Anzahl verkaufter Minergieleuchten schweizweit dürfte deutlich über 2000 liegen.

Wohnleuchten: Da bei Wohnraumleuchten keine brauchbaren Messresultate verfügbar waren, sind im Berichtsjahr drei Messreihen mit total 73 Leuchten durchgeführt worden (27 Tischleuchten, 20 Stehleuchten, 16 LED-Leuchten, 10 LED-Lampen). Die Resultate konnten in verschiedenen Medien erfolgreich publiziert werden und in zahlreichen Fachveranstaltungen präsentiert werden (total ca. 20).

Strassenbeleuchtung: Es wurde eine neue Broschüre zur effizienten Strassenbeleuchtung und Lichtemissionen auf Deutsch, Französisch und Italienisch erarbeitet. Der Vertrieb erfolgte an allen Gemeinden mit über 1000 Einwohnern sowie an alle EVUs.

Die Download aus dem Internet sind sehr hoch: 3'200 Deutsch, 2'900 Französisch und 4'150 Italienisch.

Drei Fachtagungen zur Strassenbeleuchtung fanden in Bern, Chézard-Saint-Martin und Le Lignon statt.

Neben über 10 Artikel in Printmedien konnte das Thema Strassenbeleuchtung je einmal am Radio und am Fernsehen präsentiert werden.

Topmotors

Der Aufbau des nationalen Topmotors-Netzwerkes (und des internationalen "Global Motor Network") ist in vollem Gang und hat am Motor Summit 2008 24. - 26. November 2008 in Zürich seinen ersten Höhepunkt erreicht. Topmotors geniesst Synergien von unseren internationalen Motorenprojekten SEEEM, Ecodesign EuP und IEA 4E Electric Motor Systems Annex EMSA.

Der Webaufbau ist mit www.topmotors.ch gelungen, eine spezielle Unterseite www.motorsummit.ch wurde aufgeschaltet. Im Rahmen der Vor- und Nachbereitung des MS'08 wurden Kurznachrichten über Topmotors in zahlreichen Fachmedien veröffentlicht: Unternehmerzeitung September 2008; Energy.Now 2008 (Swissengineering); Umwelttechnik Schweiz 10/2008; etc.

Der Motor Summit 2008 vom 25./26. November 2008 (zusammen mit dem Side Event am 24.11.2008) war ein voller Erfolg. 33 ReferentInnen, insgesamt 130 Teilnehmende aus 21 Ländern haben sich über die neuesten internationalen technischen Erkenntnisse im Bereich effizientere elektrische Antriebe und über politischen Erfahrungen zur Umsetzung von Effizienzprogrammen ausgetauscht. Am "Schweizer Umsetzungstag" (Einführung durch Michael Kaufmann) wurde das Projekt Topmotors im Detail erläutert und über den Aktionsplan Energieeffizienz und die kommenden Mindestvorschriften für Motoren orientiert. Am "International Strategy Day" (Einführung Walter Steinmann) wurde u.a. das neue IEA 4E Projekt Electric Motor Systems Annex EMSA lanciert und vom massgeblichen Vertreter der EC (Ismo Grönroos-Saikkala) über die laufenden Vorbereitungen für gesetzliche Vorschriften mit der EuP Ecodesign Direktive der EU orientiert.

Das Kursprogramm "Motor Check" (1-tägige Einführung und 3-tägiger Vertiefungskurs) ist auf grosses Interesse gestossen. Fachleute der EnAW, der EVU (EKZ, BKW), EnergieSchweiz in Infrastrukturanlagen, etc. haben bereits erste Schulungen erhalten und ihre Pilotprojekte gestartet.

Die Methode und die Hilfsmittel für den „Motor Check“ sind vorhanden und getestet. Die elektronischen Tools (ILI: Intelligente Motoren Liste; SOTEA: Software Tool zur Abschätzung des Effizienzpotenzials auf Managementstufe) sind einsatzfähig und werden durch die Erkenntnisse der Pilotobjekte laufend aktualisiert. Die Kurzbroschüre "Topmotors" ist bereits in einer dritten verbesserten Auflage erschienen. Die Testphase der industriellen Projekte mit 1 bis 10 GWh/a elektrischem Energieverbrauch läuft langsamer als geplant, weil die Datenerhebungen in den Pilotobjekten (100 bis 2000 Motoren pro Betrieb) wegen Kapazitätsengpässen der Technikverantwortlichen in den Betrieben teilweise mehr Zeit erfordert.

Zum Thema Umwälzpumpen ist das Grundlagenmaterial aufgebaut. Die gleichzeitige Weiterentwicklung der effizienten Umwälzpumpentechnik (energy+ pumps) und der internationalen Anforderungen (EuP Lot 11: Umwälzpumpen) hat die Bearbeitung verbessert und beschleunigt. Die Ergebnisse und Links werden laufend auf www.topten.ch und www.topten.info präsentiert.

Energybox

Vom Printratgeber wurden drei weitere Auflage von total 18'000 Broschüren mit kleineren inhaltlichen Anpassungen realisiert: EKZ (zum 100-Jahr Jubiläum), Einwohnergemeinde Meggen (LU), Kanton Aargau. auf deutsch und 1'000 in französisch produziert und vertrieben. Ferner wurde die französische Übersetzung der 2007 generalüberholten deutschen Version bewerkstelligt und 1'000 Broschüren gedruckt.

Die Webseite verzeichnete 1.55 Mio. Hits bzw. 29'000 Besucher, das bedeutet ein Steigerung der Besucherzahl im Jahresverlauf um 60% dank guter Medienpräsenz und Beteiligung mehrerer Elektrizitätswerke. Speziell dazu beigetragen haben die zahlreichen Erwähnungen in den Publikumszeitschriften Saldo, K-Tipp und Blick, sowie die neuen Applikationen unserer 4 zusätzlichen Partner (Atel, Elektrizitätswerk Obwalden, Energie Uster AG, BKW).

Beim Standby- Tester ergaben sich technische Probleme und grosser Mehraufwand bei der Fertigentwicklung. Die Null-Serie stand erst Mitte Jahr zur Verfügung, so dass die Verhandlungen mit den Partnern später als geplant starten konnten. Zwei Partner für die Erstserie konnten bereits gefunden werden (BKW, NovaEnergie), weitere 10 sind in Verhandlungen (ewz, ses, wwf, Migros, Coop, IKEA, ZKB, Swisskom, Minergie, Renggli AG).

Standby

Die Förderung/Verbesserung Abschalt-Techniken wurde in Beratungen, Vorträgen, Unterricht und via www.topten.ch/standby bei verschiedensten Publika beworben. Auf Topten wurden Listen mit 5 Unterkategorien eingerichtet und die Ratgeber aktualisiert, zeitgerecht zum Energy-day.

Für die PC-Sparfunktionen in Netzwerken wurden Kontakte zu Netzbetreibern gesucht und zusätzliche wurde kommerzielle Software-Angebote untersucht. Das Faltblatt "Stromsparen am PC-Arbeitsplatz" ist weiter gefragt, auch für PCs in Netzwerken. Es musste nachgedruckt werden und wird auch französisch produziert.

Im Rahmen der Stakeholder-Konsultation zu den EuP-Mindestanforderungen konnten Inputs geliefert werden (via NGO-Eingaben); daneben wurden Schweizer Gerätevertreiber und -hersteller über die geplanten Anforderungen informiert. Auf www.topten.ch/standby finden sich Informationen dazu.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Kommunikationsstrategie wurde 2008 grundsätzlich weitergeführt. Ziel ist weiterhin die regelmässige Präsenz in Printprodukten mit hohen Auflagen und LeserInnenzahlen sowie in elektronischen Medien mit hohen ZuschauerInnen-/HörerInnenzahlen. Die Konsumentinnen und Konsumenten wurden prioritär auf www.topten.ch und www.energybox.ch aufmerksam gemacht. Die Informationskanäle von Grosseinkäufern wurden weiterhin genutzt. Speziell erwähnt seien die Präsenz an der Schweizer Hausbau- und Energiemesse und die Zusammenarbeit mit Helvetia. Neben der sehr guten Präsenz in auflagestarken Printmedien konnten auch 10 Radio-Beiträge (Espresso, On en parle), 2 Auftritte im Kassensturz, 1 Auftritt in Konsum TV und 1 Auftritt in A bon entendeur verzeichnet werden.

Angestrebt wurde auch die verstärkte Präsenz von Topten-Geräten an den Verkaufspunkten von Grossverteilern und in deren Kundenmagazinen.

3.2 Bewertung der Aktivitäten

Topten

Die Benutzerzahlen von www.topten.ch sind weiterhin hoch und die gesetzten quantitativen Ziele (Visitors und Hits) wurden deutlich übertroffen. Die Reichweite der Internetseite beträgt 1.1 Millionen Visits mit 45 Millionen Hits.

Die Medienresonanz von Topten Schweiz ist ebenfalls sehr hoch, bei den Medien Print, Radio, TV erreichte Topten 24.5 Millionen Kontakte. Die im Projekt vorgegebenen Ziele wurden wiederum klar übertroffen.

Im Weiteren beurteilen wir die folgenden Ergebnisse als besonders positiv:

- 1) Immer mehr EVU-Förderprogramme arbeiten mit Topten-Produkten: ewz, iwz, ewb, 1to1/BKW, ewt
- 2) Grosse Beschaffer setzen zunehmend auf Topten (Stadt Zürich, Energiestädte, Kantone). Die Neuauflagen der Büro- und Haushaltgeräte-Flyer sind wichtige Instrumente dazu.
- 3) Grossverteiler insbesondere Migros/M-Electronics, Coop/Interdiscount/Fust und Eltop nutzen Topten zur Sortimentsoptimierung
- 4) Das Engagement für Euro-Topten und Topten USA multipliziert Wirkung. Die internationalen Aktivitäten werden zwar nicht aus Projektmittel des Rahmenvertrages mit dem BFE finanziert, sie sind aber für die Aktivitäten auch in der Schweiz wichtig, da alle namhaften Hersteller international tätig sind. Im Rahmen der EuP Richtlinien wird bei verschiedenen Produkten auf Topten-Daten „Best Products of Europe“ hingewiesen. Diese Aktivitäten zeigen auch, dass in vielen Ländern Topten positiv beurteilt und unterstützt wird.

Toplicht

Die Toplicht-Webseite erreichte 30'000 Besucher. Die Hits erreichten 1'300'000, damit übertrafen sie den geplanten Wert um 60%.

Objektleuchten: Ende Jahr waren rund 200 Leuchten zertifiziert, das entspricht der geplanten Anzahl. Die effektiv vertriebene Anzahl Leuchten kann nicht ermittelt werden. Alleine in den 3 Ausschreibungen des Hochbauamtes Zürich wurden über 1000 Minergieleuchten eingesetzt. Die effektive Anzahl schweizweit dürfte deutlich über 2000 liegen, damit ist auch diese Ziel erreicht. Die obligatorische Akkreditierung der Leuchtenmesslabors führte zu Engpässen; ohne diese wären deutlich mehr Leuchten ausgemessen und zertifiziert worden. Seit September 2008 ist das Labor des grössten Schweizer Herstellers (Regent) akkreditiert, ab Dezember 2008 werden auch die zwei Zumtobel-Labors zertifiziert sein.

Wohnleuchten: Insgesamt wurden 73 Lichtmessungen durchgeführt, damit ist der geplant Wert von 100 Messungen nicht erreicht. Die Evaluation und die Arbeiten im Messlabor waren aufwändig, und wegen dem Ausstieg eines Projektpartners (ewz) musste das Projekt reduziert werden.

Strassenbeleuchtung: Die rund 10'000 Downloads aus dem Internet sind über den Erwartungen sehr hoch. Sie übertreffen damit die anvisierte Anzahl von 500 sehr deutlich. Die 10 Artikel in Printmedien zum Thema Strassenbeleuchtung entsprechen den geplanten Werten.

Topmotors

Das Pilotjahr für Topmotors ist sehr gut gelungen und die Ziele wurden erreicht oder übertroffen: drei Workshops (Fachleute, Hersteller, Anlagenbauer), ein MotorSummit (3 Tage: international und national) sowie Ausbildungsprogramme und Pilotobjekte. Das Projekt Topmotors ist heute in Fachkreisen bekannt und anerkannt. Die Informationsplattform im Web (www.topmotors.ch) ist aufgebaut. Es wurden insgesamt über 11'000 Besuche und 84'000 Hits im Web gezählt, die geplante Anzahl wurde damit deutlich übertroffen. Die Zusammenarbeit mit EnAW, Swissmem und EKZ ist gut lanciert und wird verstärkt. Die weiteren Zusammenarbeiten mit energho und Infrastrukturanlagen sowie OeBU, ProKlima und EVU's (EKZ, BKW) wurden erst begonnen und müssen für 2009 ausgebaut werden. Synergien der internationalen Arbeiten (SEEEM, IEA 4E EMSA, EuP Ecodesign Lot 11 Motors, Pumps, Circulators and Fans, Energy+ pumps) sind für die Schweiz wirksam.

Energybox

Vom Printratgeber wurden insgesamt 19'000 Exemplare vertrieben, die Geplante Anzahl Exemplare von 20'000 wurde damit beinahe erreicht.

Bei der Webweite wurden 1,6 Mio Hits registriert, was leicht hinter der (ambitionierten) Prognose von 2 Mio Hits liegt. Die grosse Steigerung innerhalb eines Jahres kann aber trotzdem als sehr positiv beurteilt werden. Eine weitere Steigerung ist wenig realistisch; ein Halten der Besucherzahl wird angestrebt, dafür muss aber intensiv gearbeitet werden.

Die Entwicklung des Standby-Testers zu einem Endprodukt, das die gestellten hohen Anforderungen erfüllt, wurde unterschätzt. Insbesondere die hohen sicherheitstechnischen Anforderungen (z.B. Kurzschlussicherheit) und Lieferschwierigkeiten von Komponenten aus dem asiatischen Raum führten zu Verzögerungen. Die Fertigstellung der Nullserie erfolgte erst Mitte Jahr, so dass auch die Verhandlungen mit den Partnern erst später als geplant starten konnten.

Standby

Die zeitlichen Fortschritte der Teilprojekte sind unterschiedlich ausgefallen: Im Bereich Topten-Information, PC-Arbeitsplatz und EuP-Information war der Fortschritt über Erwarten gross, bei PC-Netzwerken unter Erwarten. Hier ist bei der Fortsetzung ein Schwerpunkt zu setzen.

Die Wirkungen der Vorträge und des Unterrichts reichen besonders weit, weil damit Vermittlerpersonen angesprochen werden. Mehrere Artikel in Printmedien konnten platziert werden. Das Thema "Standby" fand auch aufgrund des Energy-day viel Interesse, viele Anfragen von Medien und von Verwaltungen mussten bearbeitet werden. Die Informationen über die kommenden EuP-Standby-Grenzwerte finden bei Fachleuten und Herstellern grosses Interesse. In der Massnahme "PC-Netzwerke" sind weitere Anstrengungen nötig.

Öffentlichkeitsarbeit

S.A.F.E. hat 2005 die Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit zu einem eigenständigen Projekt gemacht. Es hat sich 2008 bestätigt, dass dieser Schritt eindeutig positiv war. So können Synergien zwischen den einzelnen Projekten genutzt und die Kontinuität in der Medienarbeit gewährleistet werden. Der publizistische Wert der S.A.F.E.-Öffentlichkeitsarbeit lag 2008 gegenüber dem 'Ausnahmejahr' 2007 mit rund 3 Mio. Franken etwas tiefer. Die Zahl der Internet-Visits auf www.topten.ch und den weiteren S.A.F.E.-Projektwebseiten stieg 2008 wieder auf rund 1,5 Mio. an. Die Reichweite konnte mit rund 54 Mio. potenziellen Kontakten (TV, Radio, Print, Internet) auf dem hohen Niveau von 2007 gehalten werden. S.A.F.E. erhält immer mehr Medienanfragen. Die Agentur wird von Medienschaffenden sehr geschätzt und als kompetente Informationsquelle im Bereich Strom sparen wahrgenommen.

Der Vergleich des publizistischen Wertes mit dem Vorjahr für die verschiedenen Medien zeigt Tabelle 1. Der publizistische Wert setzt sich zusammen aus Beiträgen in den Printmedien, Radio, TV und Internetvisits. Die Abnahme gegenüber dem Vorjahr ist weitgehend auf eine geringere Anzahl Beiträge im TV zurückzuführen. Diese Abnahme ist im Rahmen der normalen Schwankungen. Die Internet-Visits konnten wieder gesteigert werden und sind nun wieder auf dem Niveau des Jahres 2006.

Medium	2007		2008	
	Fr.	%	Fr.	%
Print	862'341	24	688'564	23
Radio	380'643	11	440'508	15
Web	1'235'219	35	1'384'769	47
TV	1'081'545	30	446'242	15
Total	3'559'748		2'960'083	

Tabelle 1: Publizistische Werte der verschiedenen Medien für die Jahre 2007 und 2008

3.3 Eingesetzte Mittel

Die folgende Tabelle 2 zeigt den Vergleich der budgetierten Werte mit den effektiv erreichten Werten für den Aufwand und die Finanzierung. Das Budget entspricht dem Jahresplan. In der Spalte „Finanzierung Dritte“ sind alle Leistungen von Dritten enthalten (Kantone, Gemeinden, Projektpartner und Eigenleistung von S.A.F.E.) sowie die Medienleistungen, die im Zusammenhang mit den Projekten stehen.

Projekt	Budget 2008			Ist 2008		
	Total Aufwand kFr.	Finanzierung BFE kFr.	Finanzierung Dritte kFr.	Total Aufwand kFr.	Finanzierung BFE kFr.	Finanzierung Dritte kFr.
Topten	1'250	250	1'000	1'759	250	1'509
Toplicht	950	215	735	1'518	215	1'303
Topmotors	320	220	100	330	220	110
Energybox	450	110	340	511	110	401
Standby	120	60	60	172	60	112
Öffentlichkeitsarbeit	150	100	50	1'152	100	1'052
Beratung Dritte	30	30	0	30	30	0
Total Aufwand	3'270	985	2'285	5'472	985	4'487
Anteil BFE	30%			18%		

Tabelle 2: Vergleich von Aufwand und Ertrag der Ist-Werte mit dem Budget gemäss MIS Projektberichten

Der Vergleich zeigt, dass die Gesamtleistung wegen höheren Drittleistungen das Budget deutlich übertrifft.

Die Herkunft der Finanzierung (Art der Finanzierung) ist in Tabelle 3 dargestellt. Die erreichte Medienleistung per Ende Jahr ist wesentlich grösser als der budgetierte Betrag. Der Anteil der Finanzierung durch das BFE beträgt 18 %. Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt 82 % und übertrifft damit den geforderten Wert von 60 % deutlich.

Art der Finanzierung	Budget 2008	Ist 2008	Abweichung %
BFE an S.A.F.E.	985	985	0%
von Dritten + Eigenleistung	1'075	1'527	42%
Medien (publizistischer Wert)	1'210	2'960	145%
Total Einnahmen	3'270	5'472	67%
Anteil BFE	30%	18%	

Tabelle 3. Art der Finanzierung (kFr.)

3.4 Kosten / Nutzen

Der publizistische Wert entspricht dem quantifizierbaren Output (Produktionsziel). Die Tabelle 4 zeigt die Aufteilung des publizistischen Wertes auf die einzelnen Projekte soweit dies möglich ist (Abgrenzung). Der publizistische Wert von Publikationen, die mehrere Projekte betreffen, ist in der Tabelle in der Zeile „weiteren Projekte“ enthalten.

Medienwirkung	Publizistischer Wert		Finanzierung BFE	
	kFr.		kFr.	
Topten	1'447	49%	250	25%
Toplicht, Objekt-/Wohnraumleuchten, Aussenbeleuchtung	403	14%	215	22%
Energybox (inkl. Standby Tester)	51	2%	110	11%
Standby-Verminderung	52	2%	60	6%
Weitere Projekte aus Jahresvertrag	1'007	34%	350	36%
Total	2'960	100%	985	100%

Tabelle 4. Zuordnung der Medienwirkung zu Projekten und Themen

Die Medienanalyse bestätigt, dass die langfristige Strategie der Topten-Projekte offensichtlich nicht nur im Internet, sondern auch in den Printmedien sehr erfolgreich ist.

Das Kosten/Nutzen-Verhältnis der bisherigen Arbeit von S.A.F.E. beurteilen wir als gut. S.A.F.E. - Projekte generieren in der Regel Drittleistungen, welche nicht über das S.A.F.E. - Budget abgerechnet werden, aber massgeblich zum Nutzen beitragen.

4 Ausblick

4.1 Organisation

Die seit mehreren Jahren aufgebaute und nun gut eingespielte Organisation von S.A.F.E. hat sich bewährt und soll in den nächsten Jahren weiter geführt werden. Es zeigt sich immer deutlicher, dass die von S.A.F.E. bearbeiteten Themen in einem internationalen Kontext stehen. Die Zusammenarbeit mit weiteren Partnerorganisationen im Ausland soll deshalb weiter ausgebaut werden.

4.2 Projekte

S.A.F.E. beabsichtigt, die bisherigen, zu Teil seit mehreren Jahren erfolgreichen Projekte weiter zu führen:

- Topten
- Toplicht – Ratgeber für effiziente Beleuchtung
- Topmotors
- Geräte und Standby
- Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Bei der Fortsetzung unserer Arbeiten gilt unser Interesse folgenden Punkten:

- die Kontaktkosten sollen laufend gesenkt werden (Einsatz von Print- plus Internetmedien im Verbund, geringe Streuverluste durch zielgruppenorientierte Information),
- die Interaktionen mit den KonsumentInnen sollen weiter vertieft werden (sektorspezifische Beratungsaktivitäten für Haushalt und Arbeitsplatz, drei differenzierte Zielgruppen: Fachpersonen, allgemeine Käuferschaft, Handel/Hersteller),
- verstärkte Zusammenarbeit mit anderen Organisationen und Verbänden (SIA, SKS, FRC, ACSI, Swissmem, SwissTnet, OeBU, Proklima, etc.), die zusätzliche Marktanteile abdecken (Medien, Mitglieder),
- Aufbau internationaler Projekte zur rascheren Reaktion auf neue Standardisierungsprojekte der EU, EuP Energystar, SEEEM, IEA 4E EMSA, Euro-Topten, Remodece etc.: Vernetzung mit europäischen nationalen Organisationen und Fachgruppen (Dena, A.E.A., Ademe, SenterNovem, etc.) und international tätigen Umweltorganisationen (WWF International).
- Drittmittel (Eigenleistungen und Drittfinanzierungen) sollen einen tendenziell steigenden Anteil aufweisen. Dabei sind allerdings finanzielle Engpässe z.B. bei Kantonen und grösseren Gemeinden spürbar.

5 Kontaktadressen, Berichte, Links

5.1 Adressen

Präsident S.A.F.E.	Giuse Togni eTeam TOGNI ENERGIE GmbH Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	Tel. 044 273 08 61 Fax. 044 362 91 83 giuse.togni@etteam.ch
Geschäftsführer	Dr. Paul Schneiter S.A.F.E. Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	Tel. 044 761 04 29 Fax 044 761 07 94 paul.schneiter@energieeffizienz.ch
Postadresse	S.A.F.E. Schweizerische Agentur für Energieeffizienz Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	Tel. 044 362 92 31 www.energieeffizienz.ch

5.2 Weiterführende Berichte und Quellenangaben

Bush, Eric: Jahresbericht Topten 2008
 Brunner, Conrad: Motor Summit 2008, Tagungsunterlagen
 Brunner, Conrad: Topmotors: Jahresbericht 2008
 Braunwalder, Armin: Jahresbericht 2008 Öffentlichkeitsarbeit

5.3 Links

www.energieeffizienz.ch
www.energy-efficiency.ch
www.efficace.ch
www.topten.ch
www.topten.info
www.goldenerstecker.ch
www.prisedor.ch

www.energybox.ch
www.energysystems.ch
www.faktor.ch
www.toplicht.ch
www.seeem.org
www.topmotors.ch
www.motorsystems.org
www.salt.ch