

Prooofit – nachhaltig profitabel

Informationsplattform für Nachhaltigkeit in KMU

Jahresbericht 2008

(bis Abschluss Aufbau- und Startphase 31.03.2009)

Auftraggeber/Projektpartner:

Bundesamt für Energie BFE, 3003 Bern

Bundesamt für Umwelt BAFU, 3003 Bern

Staatsekretariat für Wirtschaft SECO, 3003 Bern

Auftragnehmer:

Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften, 8001 Zürich

Autoren:

Gabi Hildesheimer, Projektleiterin

Sabina Döbeli, stv. Projektleiterin

Christian Müller, stv. Projektleiter

Projektoberleitung (ohne Projektleitung):

Hans-Peter Egler SECO

Thomas Heim Effizienzagentur Schweiz

Andreas Mörikofer BFE

Thomas Weisskopf EnAW

Daniel Zürcher BAFU

Impressum

20. April 2009

Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften

Uraniastrasse 20

8001 Zürich

Tel 044 364 37 38

info@oebu.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	4
2	Quantitative Beurteilung der Zielerreichung.....	4
2.1	Abweichung zur ursprünglichen Projektplanung.....	4
2.2	Zielerreichung Entwicklungsphase	5
3	Beurteilung der Aktivitäten	7
3.1	Aufbau von Proofit.....	7
3.2	Aufbau Proofit-Beirat.....	8
3.3	Aufbau Club der ProoofessorInnen.....	8
3.4	Launchevent/Marketing.....	9
3.5	Finanzieller Projektabschluss	10
4	Ausblick	11
5	Kontaktadressen, Gremien	12

1 Zusammenfassung

Die Plattform Proofit wurde Ende Januar 2009 feierlich der Öffentlichkeit übergeben.

- Name und Design sowie die allgemeine Homepage stossen auf sehr positives Echo. Bei den Akteuren der Nachhaltigkeit ist Proofit bereits recht gut bekannt.
- Die Infothek enthält bereits eine eindrückliche Sammlung an wichtigen Informationen für die KMU. Der Funktionsmechanismus wird verstanden und sowohl für die gezielte Suche nach Tipps, Anwendungsbeispielen etc. genutzt als auch zum „Schlendern“ durch die spannende Welt der Nachhaltigkeit in Unternehmen.
- Die Effichecks – sechs branchenspezifische und ein allgemeiner waren geplant – haben grössere Schwierigkeiten bei der Umsetzung gemacht, als angenommen. Die jetzt online verfügbaren Checks sind nicht perfekt, aber der Nutzen für AnwenderInnen überwiegt die Lücken. Eine Behebung der Mängel ist im Gang.

Ein Kosten / Nutzenvergleich lässt sich nach Abschluss der Aufbauphase nicht machen. Erstens ist Proofit erst kurze Zeit online, zweitens ist bei einem derartigen Informationstool eine direkte Wirkung nur schwer zu messen. Geeignete Indikatoren für die Wirkungsanalyse wurden definiert. Im nächsten Jahresbericht sind erste Einschätzungen der Leistungen von Proofit möglich.

Die Öbu und Dritte haben insgesamt 604 KCHF in den Aufbau investiert, EnergieSchweiz 360 KCHF, das BAFU 240 KCHF und das SECO 96 KCHF (Bund gesamt: 696 KCHF).

2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

2.1 Abweichung zur ursprünglichen Projektplanung

Nach Projektvergabe im Dezember 2007 wurde von der Projektleitung ein ehrgeiziger und knapp berechneter Zeitplan erarbeitet – die Lancierung der Plattform war für Oktober 2008 geplant. Dieser konnte aus verschiedenen Gründen nicht eingehalten werden:

- Es stellte sich heraus, dass Proofit seinen Zweck nur erfüllen kann, wenn die behandelten Themen breiter und mit einer grösseren Bearbeitungstiefe aufbereitet werden. Dies erforderte für die Öbu einen erheblichen Mehraufwand gegenüber der ursprünglichen Annahme. Die Projektoberleitung stimmte den Anpassungen und einer Budgeterhöhung (50 KCHF für BFE und BAFU) zu.
- Die Arbeiten für die Vernetzung mit Initiativen, Projekten und Institutionen im Nachhaltigkeitsbereich war sehr intensiv und zeitlich aufwändig. Das Resultat rechtfertigte den Zusatzaufwand: Proofit wird von einem breit abgestützten und prominent besetzten Beirat begleitet, was die Projektleitung als sehr positiv erachtet.

- Der Wechsel des IT-Partners im Sommer 2008 brachte Mehraufwände und zeitliche Verzögerungen mit sich. Ein Teil der Programmier-, Konzeptions- und Koordinationsarbeit musste doppelt gemacht werden.

Aus diesen Gründen musste der ursprünglich auf Herbst 2008 anberaumte Launch der Website auf den 27. Januar 2009 verschoben werden. Präsentiert wurde eine Beta-Version, welche in den folgenden Wochen ergänzt und verbessert wurde.

Abgeschlossen wurde die Entwicklungsphase am 31. März 2009, womit der Startschuss in die Betriebsphase gegeben ist.

2.2 Zielerreichung Entwicklungsphase

Bei Abschluss der Aufbauphase am 31. März 2009 wurden folgende, im Jahresvertrag 2007/08 gesetzte Ziele erreicht:

Aufbau einer Agentur und Umsetzungsorganisation

Die Proofit-Agentur wird als Öbu-Projekt in der Geschäftsstelle der Öbu angesiedelt. Die Öbu als Auftragnehmerin und Mitträgerin von Proofit erfüllt die Anforderungen an eine Agentur in allen wesentlichen Aspekten.

Trägerschaft

Das Ziel, Proofit schon vor der Lancierung breit abzustützen, konnte deutlich erreicht werden. Der innere Kreis der Trägerschaft mit den drei Bundesämtern und der Öbu konnte mit einem sehr motivierten und breit aufgestellten Beirat ergänzt werden.

IT-Programmierung

Das Teilprojekt IT-Programmierung gestaltete sich turbulent. Da die Zusammenarbeit mit dem ursprünglichen IT-Partner Ecodev nicht mehr tragbar war, musste ein neuer Anbieter gesucht werden. Die Ausschreibung, Evaluation und Entscheidung für den IT-Partner Snowflake gestaltete sich zwar effizient, warf jedoch das Gesamtprojekt insgesamt um Monate zurück; der Mehraufwand war beträchtlich. Der zeitliche Rückstand konnte zu einem grossen Teil aufgeholt, jedoch bis zum Launch am 27. Januar 2009 nicht ganz wettgemacht werden, was Kompromisse bei der Anzahl und Perfektion der Effichecks erforderte.

Website Proofit allgemein

Die allgemeinen Teile der Proofit-Homepage werden betreffend Design und der Funktionalität als zufriedenstellend eingeschätzt. Eine Überprüfung nach einigen Wochen online-Verfügbarkeit ist aufgrund der Rückmeldungen von NutzerInnen und eigenen Analysen geplant.

Efficheck

Der Efficheck ist als Selbstevaluationstool zentraler Bestandteil von Proofit. Damit konkrete Massnahmen zur Verbesserung innerbetrieblicher Prozesse im Bereich der ökologischen wie auch der sozialen Nachhaltigkeit vorgeschlagen werden können, ist eine tiefe Befragungsebene nötig. Das heisst, der Umfang der Fragen und der hinter den Fragen liegende Berechnungsprozess ist sehr komplex und umfangreich. Die Ansprüche an die EDV-Programmierung sind entsprechend ebenfalls höher als zu Beginn angenommen, was zu Verzögerungen bei der Umsetzung führte.

Die Qualität der Bewertungen der Antworten im Report wird mit wachsender Zahl an Vergleichsdaten zunehmen. In der Anfangsphase werden die BenutzerInnen auf eine gewisse Unschärfe hingewiesen.

Bis zum Launch konnten lediglich ein **allgemeiner Fragebogen** und der **Druckerei-Fragebogen** online gestellt werden. Die weiteren Branchen-spezifischen Fragebogen für **Hotellerie, Gastronomie, Dienstleistungen, Bäckerei** und **Lebensmittel/Detailhandel** waren inhaltlich fertig, aber noch nicht ausprogrammiert und somit nicht online. Die Branchen-spezifischen Fragebogen werden bis Ende März 2009 aufgeschaltet. Seit dem Launch stand mit dem allgemeinen Fragebogen bereits ein gutes Instrument zur Verfügung, welches alle nicht prozess- bzw. branchenspezifischen Themengebiete bestens abdeckte.

Die per Ende März aufgeschalteten und als Beta-Version gekennzeichneten Effichecks werden noch optimiert werden. Der Nutzen für Personen, welche die Checks ausfüllen, überwiegt aber klar die Nachteile. In den kommenden Wochen wird parallel zum Betrieb auf Proofit eine von Grund auf neue Konzeption für die Effichecks umgesetzt, welche die Mängel beheben wird und besonders auch die Aufschaltung neuer Branchen-Effichecks wesentlich erleichtert.

Infothek

Die Infothek umfasst zum Zeitpunkt des Launchs ca. 350 Detailinfos. Das sind Informationspakete analog den Karteikärtchen in einer Bibliothek. In standardisierter Form sind Informationen aufbereitet. Sie verweisen auf Grundlagen, Praxisbeispiele, Tools, Tipps, Gesetze, Institutionen etc. und sind mit den Originalquellen verlinkt. Die thematische Ordnung erlaubt sowohl eine systematische wie eine intuitive Suche. Zum Zeitpunkt des Launchs waren ca. 120 weitere Detailinfos in verschiedenen Stadien der Erarbeitung vorhanden. Von diesen wurden unterdessen ca. die Hälfte entweder aufgeschaltet oder in bestehende Detailinfos integriert. Zwischen der Infothek und den Effichecks besteht eine enge Verknüpfung.

Jedes Detailinfo hat mindestens ein, in der Regel aber mehrere Themenverknüpfungen (z.B. Produktdesign, Material, Recycling und Ökobilanz). Per Ende März 09 sind ca. 380 Detailinfos aufgeschaltet, was zu ca. 2'000 thematischen „Treffern“ führt.

Die Abfrage über die Filter „Bereich/Thema/Aspekt“ sind durch die vorhandenen Detailinfos gut abgedeckt. Zusätzlich stehen dem User die Filter nach den „Branchen“, „Regionen“ und „Typen“ zur Verfügung. Bei diesen Zusatzfiltern sind nicht bei allen Kombinationen Treffer zu erwarten, da es vereinzelt Filter-Kombinationen gibt, die keinen Sinn ergeben.

Marktforschung

Im Rahmen der Marktforschung verfasste Caspar Sträuli (Infras) zwei Papiere: Agenturbriefing¹ und Marketingstrategie². Form und Konzept von Infothek und Efficheck wurden auf der Basis dieser Dokumente definiert. Ebenso wurden Naming, Corporate Design, Webdesign etc. darauf aufgebaut.

Aussagen über die Akzeptanz von Proofit beim Publikum sind per 31. März 2009 noch wenig aussagekräftig, wegen der erst sehr punktuellen Marketing-Aktivitäten.

Marketing/Kommunikation

Proofit wurde im Verlauf der Projekterarbeitung in der Schweizer Nachhaltigkeits-Szene bereits weit herum bekannt. Etliche für Proofit interessante Initiativen und Institutionen wurden angegangen oder traten umgekehrt an die Projektleitung heran und suchten Kooperationsmöglichkeiten. Verschiedene Projekte im Bereich der Vermarktung wurden zusammen mit Dritten geplant.

An der Proofit-Première vom 27. Januar 2009 versammelten sich rund 150 Gäste, darunter viele der im mittlerweile engmaschigen Proofit-Netzwerk aktiven PartnerInnen.

¹ Agenturbriefing "Informationsplattform für nachhaltige KMU" von Caspar Sträuli, 18. Februar 2008

² Marketingstrategie "Informationsplattform für nachhaltige KMU" von Caspar Sträuli 18. Februar 2008

Mit der geplanten aktiven Vermarktung von Proofit wurde zugewartet bis alle Effichecks online sind. Damit sollte vermieden werden, dass NutzerInnen frustriert werden und Proofit nicht mehr besuchen. Zu den Zahlen von Google Analytics siehe Kapitel 3.4.

3 Beurteilung der Aktivitäten

3.1 Aufbau von Proofit

Der Aufbau der Internetplattform Proofit konnte mit einigen Turbulenzen – wie sie für ein IT-Projekt nicht aussergewöhnlich sind – schliesslich erfolgreich abgeschlossen werden. Das Ergebnis entspricht den Erwartungen.

Die beiden Hauptelemente der Website sind der Efficheck und die Infothek. Diese sind beide “ernsthafte“ Elemente. Um auch einen leichteren Zugang zu den Inhalten zu ermöglichen, wurden die beiden Bereiche „12 Köpfe“ und „12 Ideen“ ergänzt. Erstere zeigt kurz einige Pioniere der Nachhaltigkeit, letzterer gibt auf der Basis ganz einfacher Fragen Tipps für den nachhaltigen Unternehmensalltag.

PROOFIT
 Nachhaltig profitabel

HOME | KONTAKT | NEWSLETTER | SITEMAP | IMPRESSUM

LOGIN

EFFICHECK | INFOTHEK | 12 KÖPFE | 12 IDEEN | ÜBER PROOFIT

suchen... Los

Proofit – zu Ihren Diensten!

Sie wollen wissen, wie Ihr Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit dasteht?
 Der Efficheck sagt es Ihnen – und mitgeliefert bekommen Sie Tipps, wie Sie sich noch verbessern könnten.

Sie brauchen Anregungen oder Umsetzungsbeispiele?
 In der Infothek finden Sie, was Sie suchen und noch viel mehr Nützliches für das nachhaltige Wirtschaften.

Oder lieber gleich etwas ganz Konkretes? 12 erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer zeigen Ihnen, wie sie's geschafft haben:

NEWS

- 28.1.2009: Proofit ist online!

PROOFIT, EINE INITIATIVE VON

- Öbu - Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Bundesamt für Energie BFE
- Bundesamt für Umwelt BAFU
- Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

01 02 03 04 05 06
 07 08 09 10 11 12

öbu works for sustainability.
 energieschweiz

PROOFIT - nachhaltig profitabel Drucken

Die Rückmeldungen der NutzerInnen wie auch von ProjektpartnerInnen sind fast ausschliesslich sehr positiv. Für eine erste Version ist Proofit – so wird gesagt – beeindruckend attraktiv und ge-

haltvoll. Eine aussagekräftige quantitative Auswertung kann noch nicht vorgenommen werden. Trotzdem hier einige Zahlen: Seit der Lancierung von Proofit am 27. Januar 2009 wird die Website durchschnittlich von 60 Personen pro Tag besucht. Gut 50 Personen haben sich seit Anfang Jahr für den Effi-check registriert. 811 verschiedene Seiten wurden ca. 16'000 mal angeschaut. Infothekseiten wurden im Schnitt gut eine Minute gelesen, am längsten blieben die NutzerInnen auf den Seiten der Effi-Reports, nämlich knapp 3 Minuten. Die Besucherinnen kommen vorwiegend direkt auf die Website, das heisst ohne Umwege über Suchmaschinen oder ähnliches.

Die angestrebte Wirkung von Proofit ist die Steigerung der Energie- und Ressourceneffizienz der KMU in der Schweiz. Die bisherigen quantitativen und qualitativen Rückmeldungen geben einen Hinweis darauf, dass Proofit ein geeignetes Instrument für die Erreichung der angestrebten Ziele ist: Wenn einerseits die bestehenden Mängel behoben sind und andererseits die Informationskampagne in Gang gesetzt wird, stehen die Chancen sehr gut, dass die Nutzung die Erwartungen erfüllen wird.

3.2 Aufbau Proofit-Beirat

Der Beirat als ein breit abgestütztes Gremium trägt die Informationsplattform Proofit und begleitet das Projekt in der Aufbau- und Betriebsphase. Im Beirat sind einerseits die Mitglieder der Projektoberleitung POL vertreten, wie auch VertreterInnen von Verbänden der Pilotbranchen, VertreterInnen von Medien und Partnerprojekten.

Dieser breit abgestützte und prominent besetzte Beirat verleiht Proofit einen hohen Grad an Glaubwürdigkeit und verschafft Zugang zu viel spezifischem Knowhow innerhalb einzelner Branchen, Organisationen und Institutionen sowie auch zu deren Kommunikationskanälen für die Vermarktung.

Hauptleistungen des Beirates:

- Im Sinne eines so genannten „Sounding Board“ spiegeln die Beiratsmitglieder die Planungs- und Umsetzungsschritte kritisch wieder, um aus einer gewissen Distanz und mit den jeweiligen spezifischen Erfahrungen aus ihren Institutionen aktiv Rückmeldungen einzubringen.
- Bei der Vermarktung und Bewerbung von Proofit kommt dem Beirat ebenfalls eine zentrale Rolle zu: Mitwirkung von Organisation und Inhalt bei den Proofit-Apéros sowie inhaltliche Unterstützung durch Artikel und Werbung in den jeweiligen Branchen-internen Informationsorganen.
- Vermittlung von Kontakten insbesondere für die Entwicklung weiterer Branchen-Effichecks.

3.3 Aufbau Club der ProfessorInnen

Die ProfessorInnen, ein Gremium von freiwilligen, pensionierten Nachhaltigkeitsprofis, unterstützen Proofit. Bis zum Start von Proofit haben fünf ehemalige Energie- und NachhaltigkeitsexpertInnen ihre Unterstützung zugesagt. Per Ende der Berichtsperiode sind es bereits zehn. Sie sind GarantInnen für die Qualität und Botschafter von Proofit.

- Qualität: Den ProfessorInnen werden auf ihre Erfahrungen und Interessen zugeschnittene Themenbereiche zugewiesen. Diese beobachten sie sowohl auf Proofit (sind die Informationen aktuell, richtig, relevant?) als auch ausserhalb (neue Entwicklungen, Trends, etc.) und sorgen so für Aktualität und Ausweitung „ihrer“ Themen.

- Als BotschafterInnen von Proofit stellen die ProfessorInnen ihre Netzwerke zur Verfügung, fungieren als Türöffner bei Medien, Serviceclubs, Branchen etc.

Zweimal jährlich treffen sich die „aktiven“ Proofit-MitarbeiterInnen mit den ProfessorInnen zum Gedankenaustausch und zur Intensivierung der Vernetzung – damit wird die Motivation der freiwilligen HelferInnen hoch gehalten und der Informationsfluss zur Proofit-Geschäftsstelle unterstützt.

Die Idee, freiwillige und kostenlose HelferInnen unter den pensionierten NachhaltigkeitsexpertInnen zu suchen, hat sich klar als umsetzbar erwiesen. Die KandidatInnen sind meist erfreut, ihr Wissen weiter für einen sinnvollen Zweck einsetzen zu können und auch darüber, Teil eines interessanten Netzwerks sein zu dürfen. Die Bereitschaft, sich zu engagieren ist erfreulich hoch.

3.4 Lanchevent/Marketing

Die Lancierung von Proofit fand mit einem Proofit-Première-Event am 27. Januar 2009 in der Produktionshalle der Freitag lab AG statt.

- Event mit Gästen und MedienvertreterInnen
- 27. Januar 2008, 17 bis 19 Uhr
- Ca. 150 Gäste:
 - Proofit-Beiräte, das waren VertreterInnen von Branchenverbänden, Energieversorgern, Kommunalbehörden, Bundesverwaltung inkl. Auftraggeber (ca. 15 Personen)
 - „Best-Practice-Firmen“, die auf Proofit präsentiert werden. Das waren in der Regel Öbu-Kontaktpersonen (ca. 15 Personen)
 - Pensionäre bzw. ProfessorInnen (2 Personen)
 - Projektteam inkl. AuftragnehmerInnen (20. Personen)
 - 3 MedienvertreterInnen
 - Weitere Interessierte (knapp 100 Personen)
- kurze Präsentation von Proofit:
 - Proofit-Demo von UnternehmerInnen: Online-Tour durch Proofit: Einstieg, Durchlauf durch die Hauptelemente durch Daniel Freitag und Hans Ruedi Schweizer
 - Erläuterung der Beziehung Öbu, Proofit, Bundesämter; Kurzreferat von Michael Kaufmann.
 - Erläuterung der Bedeutung von Proofit für einen Branchenverband; Kurzreferat von Thomas Allemann, Mitglied der Geschäftsleitung von hotelleriesuisse
- Sechs Labtop-Stationen zum ausprobieren (Self-Surf)
- Apéro

Die Proofit-Première war dank der einzigartigen Fabrikhallenatmosphäre, dem zahlreichen, interessierten Publikum und der guten Stimmung ein voller Erfolg.

Das Medienecho von Proofit setzt sich wie folgt zusammen:

- Artikel im Newsletter der Swissmem: 13.10.2008
- Artikel im SBVg insight, Zeitschrift der Schweizerische Bankiervereinigung: 18.11.2008
- Artikel im Cash Daily: 23.01.2009
- Radiosendung auf DRS2 „DRS2aktuell“: 28.01.2009
- Artikel im htr hotel revue, führende Fachzeitung für Hotellerie: 29.01.2009
- Artikel in der NZZ: 02.02.2008

Des Weiteren sind mit dem Start der Roadshows Artikel in der Unternehmerzeitung und der Zeitschrift *Umweltperspektiven* geplant sowie in der Handelszeitung, im Tages Anzeiger und in diversen Fachzeitschriften.

In den ersten Monaten der Betriebsphase werden zudem vermehrt Verbandszeitschriften und -Newsletter mit redaktionellen Texten bedient.

Auch auf den entsprechenden Internetseiten soll mittels Bannern auf Prooifit aufmerksam gemacht werden.

Als Werbemittel werden visitenkartengrosse Miniflyer eingesetzt. Darauf ist ein kurzer Text sowie die Webadresse proofit.ch abgedruckt. Ergänzend als anregendes Geschenk wird eine Stromsparlampe mit einer speziellen Prooifit-Verpackung abgegeben (gesponsert von Philips). Die darauf platzierten Texte nehmen Bezug auf die „12 Ideen“, wo der erste Tipp für eine Sofortmassnahme den Glühbirnenersatz betrifft.

Die eigentlichen Marketing-Massnahmen (Roadshow, aktive Medienarbeit) wurden noch nicht begonnen, weil gewartet werden sollte, bis die Branchen-Effichecks aufgeschaltet werden.

3.5 Finanzieller Projektabschluss

(Dezember 2007 bis März 2009)

Mittel BFE (EnergieSchweiz)	360'000
Mittel BAFU	240'000
Mittel SECO	96'000
Eigene Mittel der Agentur (Öbu)	425'000
Mittel Dritter (geschätzt)	
- Arbeit Beirat (bilaterale Gespräche, 2 Sitzungen, Networking) ca. 22 AT (Tarif A/B: 156.-)	29'000
- freiwilliger, nicht verrechneter Einsatz Öbu-MitarbeiterInnen (verschiedene Tarife)	105'000
- Leistungen Professoren ca. 42 AT (Tarif D: 112.-)	40'000
- Freitag lab. für Premiere pauschal	5'000
Summe Drittmittel	179'000
Total	1'300'000

Ein Kosten / Nutzenvergleich lässt sich nach Abschluss der Aufbauphase nicht machen. Erstens ist Prooifit erst kurze Zeit online, zweitens ist bei einem derartigen Informationstool eine direkte Wirkung nur schwer zu messen. Geeignete Indikatoren für die Wirkungsanalyse wurden definiert. Im nächsten Jahresbericht sind erste Einschätzungen der Leistungen von Prooifit möglich.

Nach einer gewissen Laufzeit (z.B. nach drei Jahren, 2012) soll mit angemessenem Aufwand eine Zielgruppenbefragung durchgeführt werden, mit welcher Daten über die ausgelösten Massnahmen und energetischen Wirkungen gesammelt werden. Auf dieser Grundlage sollte dann eine quantitative Abschätzung der energetischen Wirkungen nach den Standards der Wirkungsanalyse von EnergieSchweiz erfolgen.

4 Ausblick

Für 2009 sind drei Hauptaktivitäten geplant:

- Marketing / Kommunikation
- Ausbau Effichecks und Infothek (zusätzliche Branchen)
- Expansion in die Romandie

Nachdem Proofit in seinen Grundfunktionen steht, soll diese Plattform nun **vermarktet** und in der Nachhaltigkeits-Szene sowie **bei neuen Kundengruppen etabliert** werden. Dies geschieht einerseits über proaktive Kommunikationsmassnahmen wie Proofit-Apéro-Veranstaltungen (Roadshows) und Medienarbeit. Andererseits soll die Mund-zu-Mund-Propaganda unterstützend wirken. Das Proofit-Redaktionsteam geht auf Rückmeldungen und Anregungen von NutzerInnen ein und hält somit einen Dialog mit der „Proofit-Gemeinde“ aufrecht.

Die **bestehenden Effichecks** weisen Mängel auf, wurden aber trotzdem online gestellt. Innerhalb der nächsten Wochen wird parallel ein neues Konzept für die Effichecks umgesetzt, welches die derzeitigen Mängel behebt, Anregungen für Verbesserungen berücksichtigt und den Ausbau auf neue Branchen-Effichecks erleichtert. Im 2009 sind **3 bis 5 weitere Branchen-Fragebogen** geplant.

Die **Infothek** wird in einem laufenden Verbesserungsprozess aktuell gehalten und ergänzt. Für die auf der Efficheck-Seite ergänzten Branchen werden entsprechende Detailinfos erarbeitet, damit im Report möglichst spezifische Tipps angeboten werden können. Als Unterstützung wird der Club der ProfessorInnen weiter ausgebaut und die Vernetzung verstärkt.

Für die **französische Version von Proofit** wird ein Teil der jetzigen Webseite eins zu eins übersetzt (vor allem Efficheck). Beim Infomodul werden hauptsächlich die „Allgemeinen Informationen“ auf Französisch übersetzt und mit den originalen französischen Quellen verlinkt. Praxisbeispiele, lokale Fördermassnahmen, Infos zu regionalen Institutionen und Netzwerken sollen – den lokalen Umständen angepasst – weitgehend neu erfasst werden.

Grundfunktionen der Proofit-Website sollen in der Betriebsphase nach Usability-Ansprüchen optimiert, weitere Funktionen wie z.B. das Newsletter-Tool ergänzt werden.

5 Kontaktadressen, Gremien

Beirat

Der Beirat ist ein breit abgestütztes Gremium von derzeit 24 Personen (ohne Projektleitung). Er trägt inhaltlich zum Projekt bei und engagiert sich in der Vermarktung. Neben den Mitgliedern der POL (5 Personen) sind VertreterInnen aus Branchenverbänden (12), Unternehmen (4), Ämtern (2) und Medien (1) etc. vereint. Der Beirat ist numerisch ca. doppelt so gross wie in der Offerte vorgesehen und zudem qualitativ erstklassig besetzt.

- Thomas Allemann, hotelleriesuisse
- Thomas Ammann, Hauseigentümergebiet Schweiz HEV
- Daniel Dähler, BKW FMB Energie AG
- Hans-Peter Egler, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
- Simon Furter, Zürcher Kantonalbank ZKB
- Ansgar Gmür, Hauseigentümergebiet Schweiz HEV
- Denise Guyer, Swisspower
- Rolf Hartl, Erdöl-Vereinigung EV
- Thomas Heim, Effizienzagentur Schweiz
- Jean-Marc Hensch, Verband der Schweizerischen Gasindustrie
- Florian Hew, Gastrosuisse
- Bruno Hohl, ÖkoBusinessPlan, Amt für Umwelt und Gesundheit Stadt Zürich
- Dieter Kläy, Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation Viscom
- Hans Liechti, Schweizerischer Verband der Lebensmittel-Detaillisten Veledes
- Stefan Meyre, Elektrizitätswerke des Kantons Zürich EKZ
- Andreas Mörkofer, Bundesamt für Energie
- Eric Mosimann, Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein
- Sandra Olar, Unternehmer-Zeitung
- Hans Kaspar Schiesser, Verband öffentlicher Verkehr VöV
- Sonja Studer, Verband der schweiz. Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie Swissmem
- René Theiler, Verband der Schweizer Druckindustrie (VSD)
- Daniel Wachter, Bundesamt für Raumentwicklung ARE
- Thomas Weisskopf, Energieagentur der Wirtschaft
- Daniel Zürcher, Bundesamt für Umwelt

Für die Betriebsphase wird der Beirat Profit weiterhin begleiten. Im ersten Jahr sind mit einem Grossteil der im Beirat vertretenen Institutionen Aktivitäten zur Verbreitung der Plattform in Planung. An regionalen Profit-Apéro-Veranstaltungen am frühen Abend werden in Zusammenarbeit mit den im Beirat vertretenen Organisationen und Institutionen einem breiteren Publikum anhand positiver Beispiele nachhaltigen Wirtschaftens die Plattform Profit präsentiert – nach dem Vorbild der Launch-Veranstaltung.

Projektoberleitung POL

Die Projektoberleitung POL ist das strategische Lenkungsgremium. Darin haben die VertreterInnen der Projektleitung, der AuftraggeberInnen sowie wichtige ProjektpartnerInnen Einsitz. Insbesondere sind die „Besitzer“ der zentralen weiterführenden Instrumente eng in die Projektumsetzung eingebunden. Mitglieder sind (Stand Januar 2009):

- Döbeli Sabina, Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Egler Hans-Peter, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

- Heim Thomas, Effizienzagentur Schweiz
- Hildesheimer Gabi, Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Mörikofer Andreas, Bundesamt für Energie BFE
- Müller Christian, Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Weisskopf Thomas, Energie-Agentur der Wirtschaft EnAW
- Zürcher Daniel, Bundesamt für Umwelt BAFU

In der Betriebsphase wird die POL insbesondere über die strategische Ausrichtung von Profit entscheiden, und darüber, welche Ausweitungen und Vertiefungen sinnvoll sind. Daneben wird die POL die Erfolgskontrolle über die Wirkung von Profit einfordern.

Projektleitung und -team

Der Projektleitung obliegt die operative Führung des Gesamtprojekts. Sie ist zuständig für die Umsetzung des Auftrags gemäss Offerte und Vertrag. Die Projektleitung ist verantwortlich für die Einhaltung inhaltlicher, finanzieller und zeitlicher Vorgaben des Gesamtprojekts und ist Ansprechstelle für externe InteressentInnen (Unternehmen, Kooperationspartner, Medien etc.). Die Projektleitung setzt sich zusammen aus:

- Gabi Hildesheimer, Co-Geschäftsleiterin (Projektleiterin)
- Sabina Döbeli, Co-Geschäftsleiterin (stv. Projektleiterin)
- Christian Müller, Projektleiter (stv. Projektleiter)

Die Öbu hat für die Erarbeitung von Profit ihr Team mit erfahrenen Persönlichkeiten aus Öbu-Mitgliedsunternehmen verstärkt. Spezialarbeiten wie die Entwicklung des EffiCheck oder die Programmierung der Website wurden an Dritte vergeben.