



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Energie BFE
Office fédéral de l'énergie OFEN
Ufficio federale dell'energia UFE
Swiss Federal Office of Energy SFOE

Konzeptkonferenz 9. März 2010

EnergieSchweiz 2011 – 2020

Kommunikation



Chantal Purro, BFE



Inhalt

1. Ausgangslage
2. Ziele und Strategie
3. Massnahmen



Ausgangslage

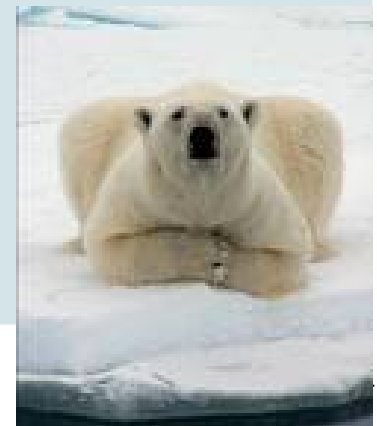
- Stärken:
 - Bekanntheitsgrad und Image des Programms
 - Verankerung im Partnernetzwerk
 - Kommunikation konkreter Projekte
- Schwächen:
 - Beschränkte Mittel für Dachkommunikation
 - „Marke“ EnergieSchweiz wird zu wenig wahrgenommen
 - Die Koordination zwischen den Akteuren ist nicht optimal
 - Mangelnde „Personifizierung“





Die Kommunikation soll verstärkt werden

- Sensibilisierung, Information und Motivation über Energieeffizienz und erneuerbare Energien
-> Reduktion der Hemmnisse und der Transaktionskosten
- Einbezug von Partnern
-> Multiplikatorfunktion





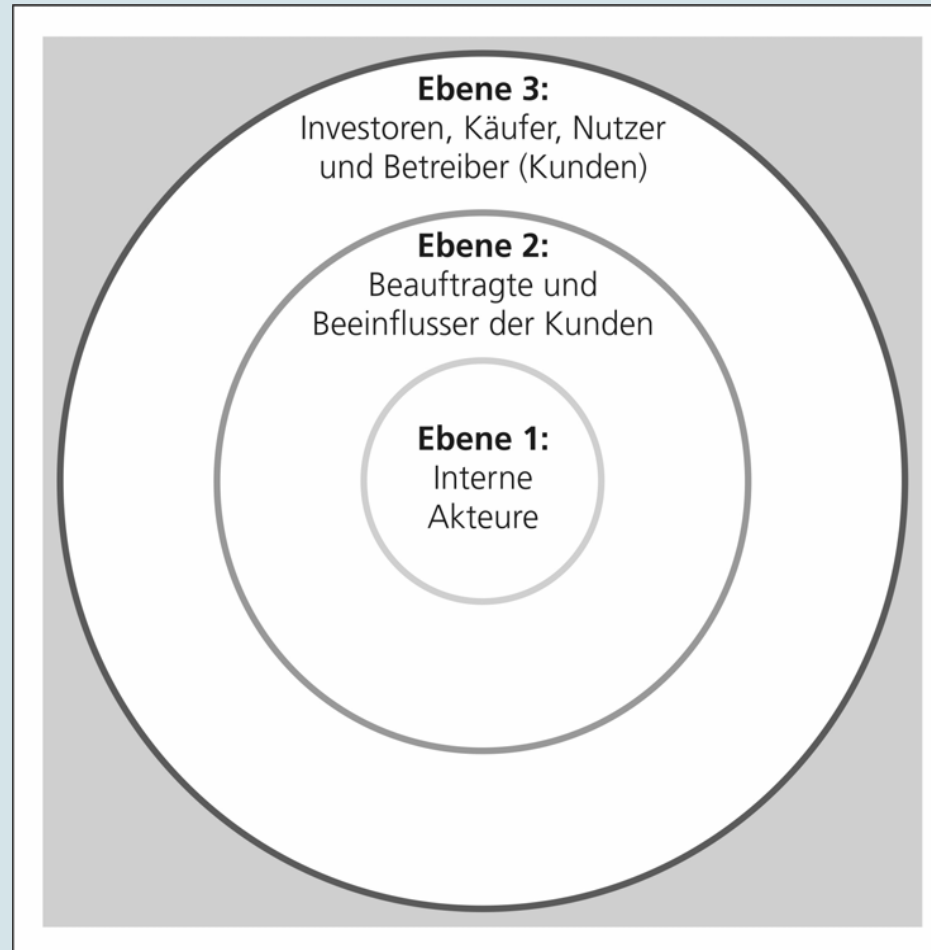
Kommunikationsziele bis 2020

1. Hoher Bekanntheitsgrad und Berücksichtigung der Botschaften von EnergieSchweiz seitens der Zielgruppen
2. Verankerung von EnergieSchweiz als Know-how-Plattform
3. Kommunikation zu zukunftsweisenden Themen
4. Ergänzung der national ausgerichteten Kommunikation mit Aktivitäten von Partnern
5. Partner identifizieren sich mit EnergieSchweiz und setzen dessen Inhalte um
6. Effizienter und koordinierter Einsatz der Ressourcen





Zielgruppen





Basis- und Themenkommunikation

Basiskommunikation:

- Aufbau einer zentralen und umfassenden Informations- und Beratungsplattform als Anlaufstelle für das breite Publikum

Themenkommunikation:

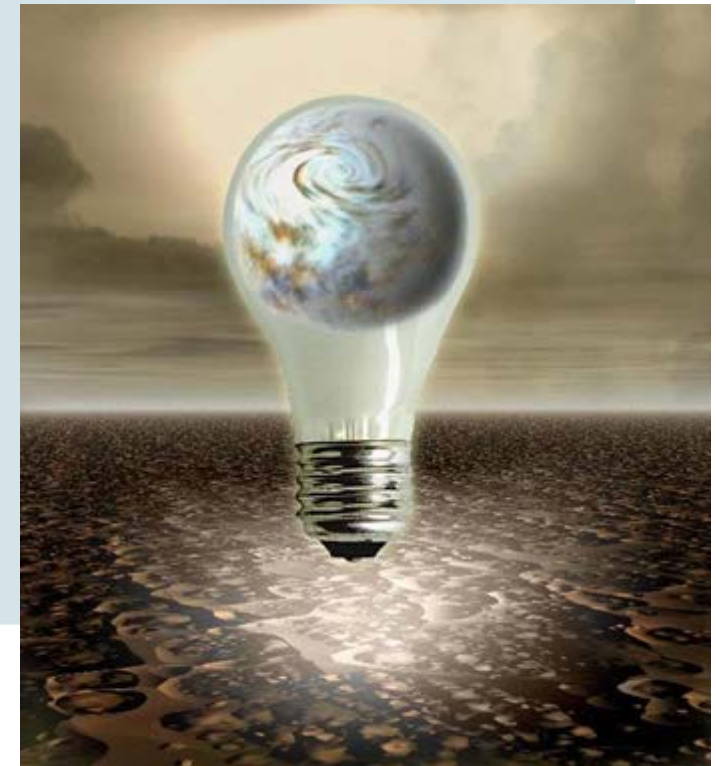
- Erste Priorität:
 - Energieeffiziente und emissionsarme Mobilität
 - Energieeffiziente Geräte/Motoren
 - Energieeffizienz und erneuerbare Energien auf kommunaler Ebene
 - Aus- und Weiterbildung
- Zweite Priorität:
 - Erneuerbare Energien
 - Gebäudemodernisierung
 - Rationelle Energie- und Abwärmenutzung in der Wirtschaft





Kernbotschaften

Zielgruppen	Kernbotschaften
Interne Akteure (Ebene 1) und Beauftragte sowie Beeinflusser der Kunden (Ebene 2)	Energieeffizienz und erneuerbare Energien sind wichtige Pfeiler einer sicheren und nachhaltigen Energieversorgung
Investoren, Käufer, Nutzer und Betreiber (Ebene 3)	Wer energieeffiziente Investitions- und Kauf-entscheide fällt und die Gebäude, Geräte und Motoren effizient betreibt, erleidet keinen Komfortverlust – aber er verbraucht deutlich weniger Energie. Das ist gut für die Umwelt und das Portemonnaie und macht die Schweiz unabhängiger von Energieimporten.





Massnahmen : Interne Akteure, Partner und Beauftragte (Ebene 1 und 2)

- Newsletter EnergieSchweiz
- Jahresbericht EnergieSchweiz
- Zeitschrift energieia
- Tagungen, u.a. Energietage in verschiedenen Landesteilen
- Bilanz-/Strategiekonferenz



Massnahmen : Interessiertes, breites Publikum (Ebene 3)

- „Guichet unique“ : Infoline und Energieberater
- Extrablätter : Hausbesitzer, Unternehmen, Gemeinden
- Energyday
- Publireportagen
- Messen : Publikumsmessen und Fachmessen
- Medienarbeit (Medienmitteilungen, Medienkonferenzen)
- Internet



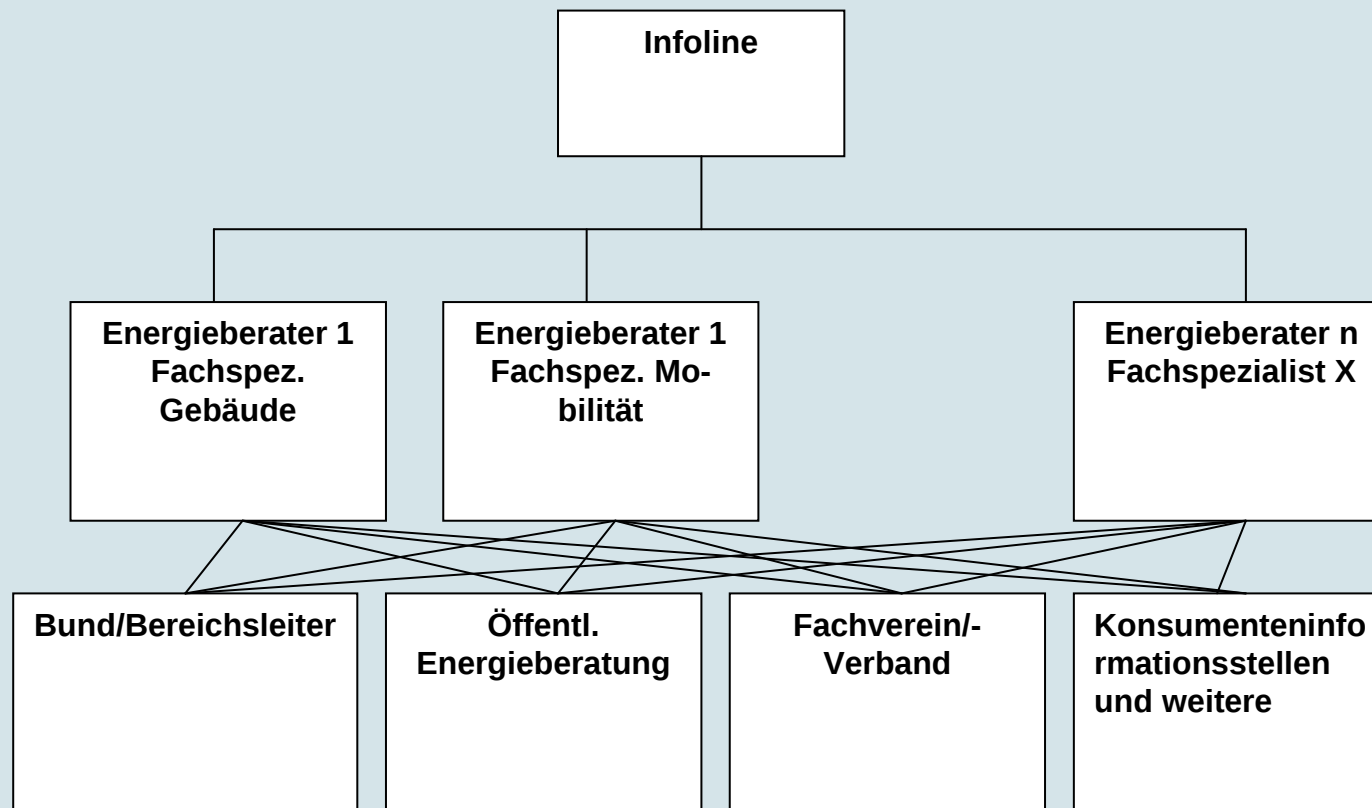


„Guichet unique“

- Plattform und Anlaufstelle, die zu allen Themen der Energieeffizienz und der erneuerbaren Energien Auskunft gibt und berät
- Eine zentrale, telefonische Informations- und Beratungsstelle für die breite Bevölkerung
- Die Infoline und die Energieberater geben allg. Informationen ab (inkl. Versand von Broschüren) und beraten über das konkrete Vorgehen
- Keine Detailabklärungen oder Planungsarbeiten



„Guichet unique“





Massnahmen : Interessiertes, breites Publikum (Ebene 3)

Mögliche Aktionen:

- Mobilität: energieEtikette und Nutzung Mobilitätsmittel
- Geräte: Kaufverhalten und Nutzerverhalte
- Motivations- und Beispielaktion für Städte und Gemeinden
- Rationelle Energie- und Abwärmenutzung in der Wirtschaft
- Betriebsoptimierung





Zusammenarbeit mit Partnern

- Die Partner sollen auf der Basiskommunikation von EnergieSchweiz aufbauen können
- EnergieSchweiz setzt in der Kommunikation möglichst partnerschaftlich Projekte um
- Das Kommunikations-Netzwerk des Programms soll laufend erweitert werden





Planning

Lancierung EnergieSchweiz 2011-2020 26.-27. Oktober 2010





**Danke vielmals für Ihre
Aufmerksamkeit**

