

März 2010

Jahresbericht 2009

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

Autorin:

Silvia Berger

S.A.F.E.
Silvia Berger
Schaffhauserstrasse 34
8006 Zürich
Tel. +41 44 362 92 31
Tel. +41 44 761 82 34
Mobil +41 79 746 85 37

silvia.berger@energieeffizienz.ch

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

www.energieeffizienz.ch

www.efficace.ch

Inhaltsverzeichnis

1	ZUSAMMENFASSUNG	5
2	QUANTITATIVE BEURTEILUNG DER ZIELERREICHUNG	6
2.1	ZIELE	6
2.2	FINANZLEISTUNGEN	6
2.3	ERGEBNISSE	6
3	BEURTEILUNG DER AKTIVITÄTEN	7
3.1	DIE WICHTIGSTEN AKTIVITÄTEN	7
3.2	BEWERTUNG DER AKTIVITÄTEN	8
4	EINGESETZTE MITTEL	12
4.1	KOSTEN / NUTZEN	13
5	AUSBLICK	14
5.1	ORGANISATION	14
5.2	PROJEKTE	14
6	KONTAKTADRESSEN, BERICHTE, LINKS	15
6.1	ADRESSEN	15
6.2	WEITERFÜHRENDE BERICHTE UND QUELLENANGABEN	15
6.3	LINKS	15

1 Zusammenfassung

S.A.F.E. wird von den Fachleuten, KonsumentInnen, Medienschaffenden sowie Konsumenten- und Umweltorganisationen als sehr kompetente, unabhängige Informationsquelle im Bereich der effizienten Nutzung der elektrischen Energie wahrgenommen.

2009 war ein Jahr mit einem markanten Strategie-Wechsel (BFE-Entscheid Topten), der zu einem Einbruch der publizistischen Leistung bei den relevanten BFE-Projekten von S.A.F.E. führte. Das in den letzten 10 Jahren aufgebaute und vom BFE mitunterstützte Projekt Topten wurde rückwirkend per 1. Januar 2009 aufgrund eines BFE-Entscheids aus dem Jahresplan gestrichen. Bei den BFE-relevanten Projekten zeichnete sich deshalb ein deutlicher Einbruch bei den publizistischen Werten und entsprechend bei den Internet-Visits ab, wie die Auswertung (Abb. 1) zeigt. Dieser Einbruch konnte nicht durch andere Projekte ausgeglichen werden. Das Projekt Topten ist weiterhin erfolgreich am Markt mit steigender Medienpräsenz, diese wird aber in dieser Statistik nicht ausgewiesen.

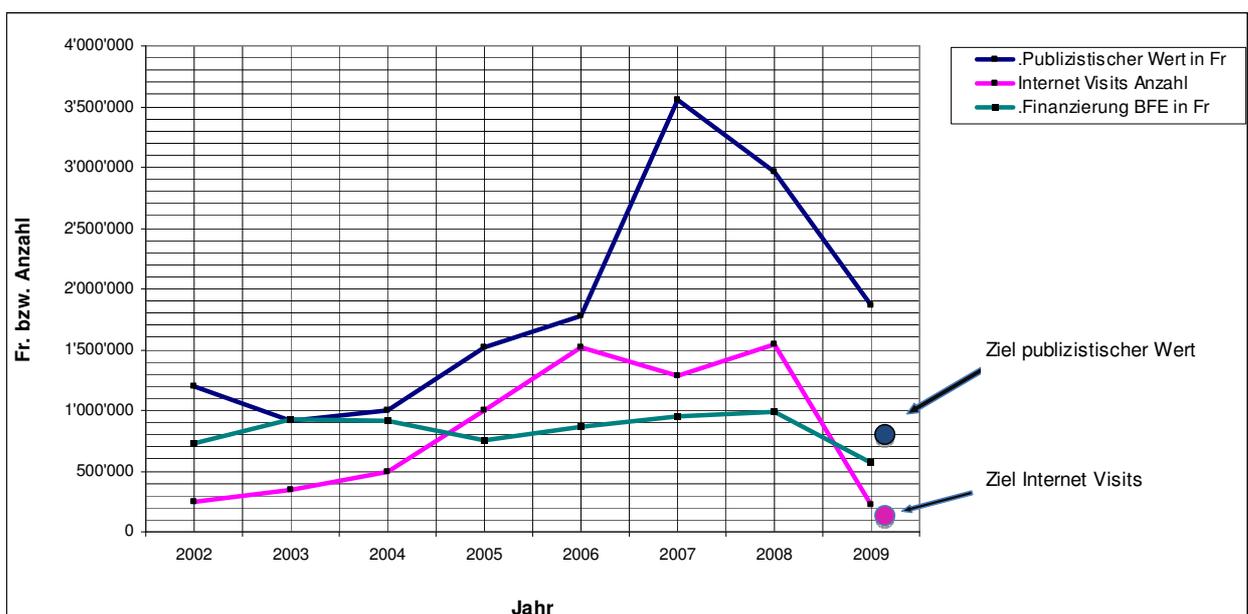
Der Jahresplan 2009 umfasste somit die während der letzten Jahre aufgebauten Projekte Toplicht, Topmotors, Geräte/Standby sowie in reduziertem Umfang Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit. Diese vier Projekte wurden gemäss Jahresplan ausgeführt und weiterentwickelt. Eine einzelne Projektauswertung zu Geräte/Standby erfolgt mit Verzögerung, da bei der Datenerhebung und –auswertung der relevante Projektpartner die Daten nicht termingerecht aufbereiten konnte. Das Projekt kann erst per Ende Mai 2010 abgeschlossen werden.

Die für die Agentur S.A.F.E. festgelegten quantitativen Ziele für den publizistischen Wert und die Internet-Visits wurden – wie seit Jahren schon - übertroffen.

Der publizistische Wert setzt sich zusammen aus Beiträgen in den Printmedien, Radio und TV sowie den erzielten Internet-Hits, bzw. -Visits. Der Mehrjahresvergleich (Abbildung 1, unten) zeigt, dass der publizistische Wert nach wie vor auf einem hohen Niveau gehalten werden konnte, jedoch durch den Wegfall von Topten einen Einbruch erlitt.

Auch bei den Internet-Visits ist der Wegfall von Topten sichtbar. Trotzdem war die Anzahl Visits über dem anvisierten Ziel.

Abbildung 1: Mehrjahresvergleich des publizistischen Wertes, der Internet-Visits und der Finanzierung BFE (Vergleich mit Zielwerten 2009)



2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

2.1 Ziele

Gemäss dem Jahresplan 2009 wurden die folgenden quantitativen Ziele (Produktionsziele) vereinbart:

Publizistischer Wert:	Fr.	750'000
Anzahl Internet-Visits gemäss Besucherstatistik:	Anzahl	200'000

Diese Werte sind im Vergleich zu den Vorjahren deutlich tiefer, weil das Projekt Topten ab 2009 ausgegliedert wurde und somit nicht mehr Gegenstand dieses Jahresberichts ist.

Neben diesen Zielen wurde die Finanzierung durch Dritte budgetiert mit: Fr. 440'000

2.2 Finanzleistungen

Effektive Finanzierung Dritte (Geldmittel/Eigenleistung)	Fr.	485'000
Publizistischer Wert	Fr.	<u>1'858'332</u>
Total Finanzierung Dritte	Fr.	<u>2'343'332</u>

BFE/EnergieSchweiz	Fr.	<u>565'000</u>
Gesamtwert	Fr.	<u>2'908'332</u>

2.3 Ergebnisse

Per Ende Jahr wurden die folgenden Werte erreicht:

Publizistischer Wert:	Fr.	1'858'332
= 248% gegenüber Zielwert (Steigerung 148%)		

Anzahl Internet-Visits gemäss Besucherstatistik:	Anzahl	216490
= 108% gegenüber Zielwert (Steigerung 8%)		

Gegenüber dem **Vorjahr** reduzierte sich der **publizistische Wert** um 37%, die **Internet-Visits** reduzierten sich um 85%.

Die **Finanzierung durch Dritte** erreichte insgesamt einen Wert von Fr. 2'343'332.- und betrug somit 81% der gesamten Finanzleistung.

Ein Teil des Medienwertes steht in direktem Zusammenhang mit den Projekten, die gemäss der Jahresverfügung durch das 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 Radio- und Fernseh-Auftritte.

3 Beurteilung der Aktivitäten

3.1 Die wichtigsten Aktivitäten

Entsprechend den Projektplänen sind die folgenden Aktivitäten durchgeführt worden:

Toplicht

Das Projekt Toplicht ist eine Internetplattform für effiziente Beleuchtung mit vier Modulen: Dokumentationen, Büroleuchten (Objektbeleuchtung), Wohnbeleuchtung, Strassenbeleuchtung.

Die Schwerpunkte der Projekte waren 2009 wie folgt:

Ergänzung der Website www.toplicht.ch mit

- einer Auflistung effizienter Wohnleuchten von Grossverteilern und Fachhandel mit den Konsumenten als Zielpublikum
- einem Download-Ratgeber zur Wohnraumbelichtung mit wichtigen Links und Referenzen

Das Lichtmesslabor an der HTW Chur wurde aufgewertet und ein Farbspektrometer integriert.

60 Leuchtenmessungen konnten vorgenommen werden.

180 Minergieleuchten wurden ausgemessen und zertifiziert unter Berücksichtigung von total 20 Herstellern aus dem In- und Ausland. Die LED-Technik wurde dabei erstmals in die Minergie-Zertifizierung integriert.

Die *Strassenbeleuchtung* wurde in die bestehende Website www.toplicht.ch integriert. Ein LED-Ratgeber für Gemeinden (d/f/i) wurde in Print erstellt und als Download aufgeschaltet, eine Themenausgabe zu Strassenbeleuchtung wurde von der Zeitschrift „Faktor“ lanciert. Drei Fachtagungen zum Thema Strassenbeleuchtung wurden in je einer Sprachregion durchgeführt.

Topmotors

Topmotors ist das S.A.F.E.-Umsetzungsprogramm für energieeffiziente elektrische Antriebe im Rahmen des Programms EnergieSchweiz. Nach dem Topmotors Vorbereitungsjahr 2007 und den Pilotaktivitäten (Fallstudien, Ausbildung) und dem Aufbau eines breit abgestützten Kontaktnetzes im Jahr 2008 ist nun 2009 das erste Jahr mit einer breiteren Umsetzungswirkung, dies regional und in Bezug auf die diversen Zielgruppen. Ziel der Aktivitäten 2009 war die Verbesserung der Energieeffizienz von elektrischen Antrieben in der Schweiz, die Beschleunigung der Markttransformation von effizienten Motoren und Frequenzumformer, das Bündeln von technischem Fachwissen. Damit sollen weitere Umsetzungskanäle erschlossen und Hemmnisse abgebaut werden. Nach einer Einführungsphase folgt nun die Phase der Vertiefung und Konkretisierung.

Topmotors arbeitete laufend an der Ergänzung seiner Merkblätter (Investitionsprogramm/Pay Back) und Listenaktualisierung (Preise Motoren und FU, Lieferantenverzeichnis), sowie zusätzlichen Dienstleistungen (Liste kompetenter Motoren- und Messtechnikfachleuten). Die Software Tools ILI und SOTEA wurden optimiert für allfällige Sanierungsplanungen.

Das Hochschulnetz ist aufgebaut. Die Liste der Hochschulen mit ihren Kontaktpersonen und Lehrbereichen, Forschungsthemen, Prüfeinrichtungen ist erhältlich unter www.topmotors.ch.

Die Homepage wurde stark erweitert, auf Französisch übersetzt und mit einem Newsletter unterstützt. Topmotors nahm aktiv teil an verschiedenen Partnerveranstaltungen (BKW, SEMA, EnAW, weitere). Zur Auswertung der beiden früheren Motor Summits im Jahr 2007 und 2008 und zur Vorbereitung des Motor Summit 2010 wurde eine eigene Website www.motorsummit.ch aufgebaut.

Geräte und Standby

Der Ratgeber „Strom sparen am PC-Arbeitsplatz“ wurde ins Französische übersetzt und der Vertrieb organisiert.

Der 2009 neu lancierte Geräte-Projektteil „PC-Arbeitsplatz in Netzwerken“ beinhaltet eine Übersicht der verfügbaren und planbaren Methoden zur Stromeinsparung. In Zusammenarbeit mit dem Kompetenz-Zentrum Organisation und Informatik der Stadt Zürich (OIZ – Kits-for-Kids) wird dieses Projekt umgesetzt.

Schwerpunkt des Projektes sind Massnahmen wie die Erarbeitung und Zusammenstellung von Tipps und Optionen für bestehende Netzwerke, Entscheidungsgrundlagen für den Ersatz von Geräten und PC-Einrichtungen, der Ausblick auf zukünftige Optionen, sowie die Zusammenarbeit mit Software-Anbietern zur Vertiefung des Produkte-Know-hows. Dabei werden effizientes Power-Management und entsprechende Arbeitsplatz-Komponenten aufgezeigt. Das OIZ konnte die relevanten Daten nicht rechtzeitig aufbereiten und zur Auswertung zur Verfügung stellen. Dadurch hat sich das Projekt verspätet und wird mit einer Verzögerung zum Abschluss kommen (Ende Mai 2010).

Energybox: Website www.energybox.ch. Die Zusammenarbeit mit den Elektrizitätswerken wurde vertieft und spezifische Lösungen angeboten. Die Nutzerdatenbank wurde laufend ausgewertet. Die Website www.energybox.ch wurde aktualisiert. Der in Energybox integrierte Standby-Check ist seit Oktober 2007 aktiv in Betrieb. Er ist in 5 Geräte-Gruppen unterteilt. Dies hilft dem Benutzer, seine eigenen „Standby-Geräte“ zu identifizieren. Neue EW-Partner wurden laufend akquiriert und entsprechendes Follow-up wird ausgeführt.

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Die Kommunikationsstrategie wurde 2009 aufgrund eines BFE Entscheids (Topten) auf die übrigen S.A.F.E.-Projekte beschränkt. Ziel war weiterhin, die regelmässige Präsenz in Print-Produkten mit hohen Auflagen und LeserInnenzahlen sowie in elektronischen Medien mit hohen ZuschauerInnen-/HörerInnenzahlen. Die Schwerpunkte lagen 2009 bei folgenden Aktivitäten und Schwerpunkten:

- Workshop zum Thema „In Zukunft Stromeffizienz“ für kant. Energiefachstellen, Medienvertreter, SAFE-Mitglieder und –partner, sowie ausgewählte Gäste.
- Laufende Beantwortung von Medienanfragen zum Thema Energie- und Stromeffizienz.
- Aufbearbeitung von Medienrohstoffen und Erstellung von Dokumentationen über laufende S.A.F.E.-Projekte (Standby, Energybox/Energybox-Licht, Toplicht, Wohnraum-Leuchten, Aussenbeleuchtung, Elektromotoren, Betrieb ohne Nutzen usw.)
- Eigene Beiträge für Fach- und grosse Publikumsmedien, Initiieren von Medienbeiträgen zu den S.A.F.E.-Projekten
- Regelmässige Adaption von aufbereiteten Medienartikeln aus der Deutschschweiz im Tessin.

S.A.F.E. setzte sich für 2009 eine Medienwirkung (publizistischer Wert) von kFr. 750 zum Ziel und erreichte effektiv die Leistung von kFr. 1'585. (TV, Radio, Print, Website). Die Zahl der BesucherInnen auf SAFE-Websites (ohne www.topten.ch) betrug 216490. Das Verhältnis zwischen eingesetzten Projektmitteln und erzieltm publizistischem Wert liegt bei 1:25. Das Ziel war mindestens 1:10.

3.2 Bewertung der Aktivitäten

Toplicht

Die Toplicht-Webseite erreichte 35922 Besucher, was einer Steigerung gegenüber 2008 um ca. 20% entspricht. Die Hits erreichten 1.6 Mio., damit übertrafen sie den geplanten Wert um ca. 18%. Dies zeigt ein reges Interesse an dieser Informationsplattform zum Thema Licht. Auch die erstellten Produkte (Ratgeber Strassenbeleuchtung und Wohnbeleuchtung) stiessen auf grosse Nachfrage. Mit dem europäischen Glühlampenverbot, das per 1.9.2010 auch in der Schweiz eingeführt wird, stieg der Bedarf an fachlicher Information.

Objektleuchten: Ende Jahr waren total rund 360 Minergie-Leuchten zertifiziert, was einer Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr bedeutet (2009 = 180 Leuchten). Da es sich um die Weiterführung eines bestehenden Projektes aus dem Jahr 2008 handelte, wurden die Projektarbeiten ohne Unterbrechung weitergeführt. Die Ziele konnten mittels Drittfianzen erreicht werden.

Zusätzlich zu den Minergie-Leuchten wurden 60 reguläre Leuchtenmessungen vorgenommen. Das Messlabor an der HTW Chur musste mit einem Farbspektrometer aufgerüstet werden, um den technischen Anforderungen zu entsprechen.

Ein Ratgeber für Wohnraumbeleuchtung wurde als Download-Version aufgeschaltet und das bestehende Dokumentationsangebot erweitert.

Strassenbeleuchtung: Das Thema Strassenbeleuchtung wurde in www.toplicht.ch integriert und die Homepage somit verstärkt. Ein LED-Ratgeber für Gemeinden, ein Themenheft (Faktor Strassenbeleuchtung) wurde lanciert. Die 3 Fachtagungen zum Thema Strassenbeleuchtung waren innert kürzester Frist ausgebucht und sehr erfolgreich. Nach einem Kassensturz-Beitrag wurde die Nachfrage nach kompetenter Beratung dringend.

Das Thema Strassenbeleuchtung stand letztes Jahr verschiedentlich im Fokus des Medieninteresses. Dabei standen nicht nur Fragen zu einer effizienten Strassenbeleuchtung im Vordergrund, ebenfalls war ein starkes Interesse an der neuen und noch ungewohnten LED-Technik zu spüren. Gemeinden, VertreterInnen von EWs etc. benötigten brauchbare Umsetzungsvorschläge. Beratung und Austausch waren ein grosses Bedürfnis. An den verschiedenen S.A.F.E.-Tagungen zur Strassenbeleuchtung konnte marktgerecht und effizient das Thema behandelt und auch Entscheidungsgrundlagen und Anregungen mitgegeben werden. Die Tagung wurde in allen Sprachregionen (d/f/i) durchgeführt. Die Nachfrage konnte nicht überall befriedigt werden, da für weitere Tätigkeiten die Finanzen fehlten.

Topmotors

Topmotors hat im Berichtsjahr eine starke Ausweitung und Vertiefung erfahren. Es wurden neben den bisherigen Partnern (Hersteller und -Verbände, Importeure, Anwender-Verbände) neu auch Maschinenbauer, Servicefirmen und Hochschulen kontaktiert und „bearbeitet“. Die Pilotobjekte wurden vertieft untersucht (messtechnische Überprüfung) und damit die Methode Motor-Check verbessert und erweitert. Die Software-Tools für den Motor-Check und die Fact-Sheets (Merkblätter, etc.) wurden vollständig erneuert und aktualisiert. Die zur Verfügung gestellten Kommunikationsmittel (Web, Newsletter, Publikationen, Software-Tools und Workshops) wurden gemäss Download- und Visitor-Statistik rege gebraucht. Neu ist Topmotors mit allen Unterlagen, Merkblättern und Software auch auf Französisch aufgeschaltet. Die weitere Bearbeitung muss auf eine noch stärkere Verbreitung des bestehenden Know-hows in allen Zielgruppen ausgerichtet sein. Zudem soll neu ein finanzielles Anreizsystem konzipiert werden, um die Hemmnisse bei den Anfangsanalysen besser abzubauen.

Das Kernteam von Topmotors hat sich organisiert. Weitere Kompetenzpartner sind gut koordiniert. Die Kontakte zu den Herstellern von Motoren und Maschinen sind geknüpft. Das Hochschulnetz ist aufgebaut. Die Liste der Hochschulen, ihrer Kontaktpersonen und ihrer Lehrbereiche, Forschungsthemen und Prüfeinrichtungen ist direkt im Web, www.topmotors.ch, zugänglich. Es wurden wesentlich mehr Marktteilnehmer erreicht, weil das Thema offenbar von grossem Interesse ist.

Die Website www.topmotors.ch wurde stark erweitert, auf Französisch übersetzt und mit einem Newsletter unterstützt. Sie wurde sehr gut besucht (Ende Jahr über 5400 Besucher und 30'000 Hits, 1900 Downloads, davon 1100 von Merkblättern und 500 für Softwaretools). Interessant ist auch die Beachtung von Topmotors in Deutschland und Österreich.

Die Zahl der Kontaktadressen für den Newsletter (3 Ausgaben im Jahr 2009) ist gestiegen und kann noch weiter steigen. Neue Gruppen aus Partneraktivitäten mit EnAW, energho, SEMA, BKW, etc. stossen laufend dazu. Das Hochschulnetz muss jetzt aktiv propagiert werden, um sowohl die Erstausbildung wie auch die Weiterbildungselemente besser zu präsentieren.

Wir planen zudem eine Prüfserie (Round Robin) von Motoren mit den gefundenen Messlabors zum besseren Vergleich der Messqualität.

Die Transaktionsdauer (Erstkontakt bis Umsetzungsergebnis) ist deutlich länger als geplant. Bei kleinen Unternehmen nicht 6, sondern 12 bis 24 Monate, bei grossen Betrieben nicht 12, sondern sogar 18 bis 36 Monate. Ein Engpass ist die Bestandesaufnahme (ILI Intelligente Motorenliste) als Basis weiterer Bearbeitungsschritte. Die Anzahl neuer Pilotobjekte wird reduziert, laufende Objekte werden weiterverfolgt. Ein neues Anreiz- und Investitionsprogramm wird zur Unterstützung der Analysen, der Messtechnik und Zusatzinvestitionskosten konzipiert.

Das Thema der energieeffizienten elektrischen Antriebe in der Industrie, bei Infrastrukturanlagen und grossen Gebäuden hat in der Berichtsperiode an Bedeutung stark zugenommen. So wie das Interesse der Anbieter und Nutzer der Technologien gestiegen und das betriebliche Umweltbewusstsein gewachsen ist, so ist auch das Kostenbewusstsein bei steigender Tendenz der Strompreise für Grossverbraucher deutlich spürbar geworden. Weiter haben die 2009 beschlossenen Mindestanforderungen der EU (Europäische Union) und auch die vergleichbaren Vorschriften der Schweiz die Industrie geweckt. Insgesamt laufen die Topmotors Umsetzungsarbeiten erfolgreich.

Geräte – Standby

Der bestehende Ratgeber „Strom sparen am PC-Arbeitsplatz“ wurde 2009 auf Französisch erfolgreich vertrieben.

Stromeinsparung in PC-Netzwerken: Der 2009 lancierte Geräte-Projektteil „PC-Arbeitsplatz in Netzwerken“ beinhaltet eine Übersicht der verfügbaren und planbaren Methoden zur Stromeinsparung. In Zusammenarbeit mit dem Kompetenz-Zentrum Organisation und Informatik der Stadt Zürich (OIZ – Kits-for-Kids) wurde dieses Projekt in Angriff genommen. Die Zusammenarbeit zwischen dem OIZ und S.A.F.E. erwies sich als kompliziert, langwierig und nicht effizient. Die relevanten Daten des OIZ zur Projektauswertung stehen noch nicht zur Verfügung für eine entsprechende Weiterverarbeitung. Es ist geplant, das Projekt nun bis Ende Mai 2010 fertig zu stellen und entsprechende Downloads auszuarbeiten.

Energybox: Das Rechenmodell wurde in Bezug auf Warmwasser und Heizung optimiert und die Eingabemaske angepasst, anerkannte Schwachstellen wurden bereinigt. Eine Auswertung der Nutzerdatenbank im Hinblick auf das Standby-Verhalten ist erfolgt. In verschiedenen Medien wurde auf Energybox hingewiesen, die Akquisition neuer EW-Partner mit entsprechendem Follow-up wurde forciert und systematisch betrieben. Eine Printversion von Energybox ist weiterhin aktuell und im Vertrieb bei diversen EVUs.

Durch die laufende Wartung und Überwachung der Web-Applikation Energybox konnte die Betriebsverfügbarkeit fast zu 100% sichergestellt werden. Die Anzahl der durchgeführten vollständigen Beratungen konnte gesteigert werden. Insbesondere der Teil Standby hat ein sehr erfreuliches Echo gefunden. Um Energybox noch stärker zu verankern, wurden mehr als 20 potentielle Multiplikatoren im Bereich EVU angegangen.

Von 2007 bis 2009 wurde der Standby-Check rund 6300 Mal durchgeführt. Neben der Beratung der einzelnen Benutzer hinsichtlich des Standby-Verhaltens ist gleichzeitig automatisch und anonym ein umfangreiches Datenmaterial generiert worden. 5 Geräte-Gruppen geben den AnwenderInnen einen schnellen Effizienz-Überblick über die grössten „Stromfresser“ im Haushalt. Die Rohdaten wurden in mehreren Bearbeitungsstufen zu Aussagen komprimiert. Bei den ausgewerteten Daten haben sich Durchschnittswerte ergeben, die aufzeigen, dass ein beachtlicher Teil der Stromrechnung auf das Konto Standby geht. Entsprechende Hochrechnungen zeigen ein enormes Sparpotential in Franken und kWh/a. Zudem wurden die Standby-Gerätekategorien aufgezeigt, welche überdurchschnittlich Stromleistung verbrauchen: Kaffeemaschinen (ohne Stromsparfunktion), Stereo-Anlagen (ohne Stromsparfunktion) und Video-/DVD-/HD-Geräte, Funktelefone.

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Seit 2005 ist die Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit ein eigenständiges Projekt bei S.A.F.E. Synergien zwischen den einzelnen Projekten werden somit effizient genutzt und die Kontinuität in der Medienarbeit ist gewährleistet. Der publizistische Wert der S.A.F.E.-Öffentlichkeitsarbeit lag 2009 nach Bereinigung Topten um das 1 1/2fache höher als geplant und wird somit als erfolgreich gewertet. Es wurden 8% mehr Internet-Visits registriert als in der Prognose festgelegt. S.A.F.E. wirkte 2009 direkt oder indirekt an 66 Medienbeiträgen mit (TV, Radio, Print). Zu den erfolgreichsten Medienbeiträgen werden Kassensturzsendungen zum Thema LED, Strassenbeleuchtung und Solarenergie gezählt. Insgesamt wird der Medienarbeit eine Reichweite von total 44 Mio. potenziellen Kontakten angerechnet, die sich im Wesentlichen auf die 3 Sprachregionen (d/f/i) aufteilen.

Medienschaffende schätzen die kompetente Zusammenarbeit mit S.A.F.E. und die Agentur wird als verlässliche Informationsquelle im Bereich Stromsparen wahrgenommen.

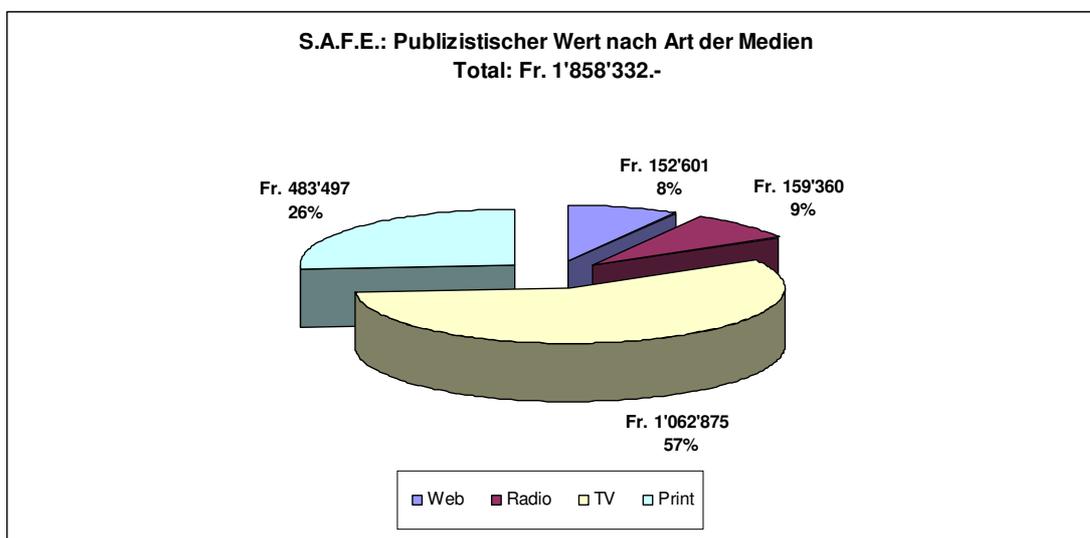
Der Vergleich des publizistischen Wertes mit den Vorjahren für die verschiedenen Medien zeigt Tabelle 1. Der publizistische Wert setzt sich zusammen aus Beiträgen in den Printmedien, Radio, TV und Internet-Visits. Die Internet-Visits konnten leicht gesteigert werden und haben sich auf dem Jahresniveau 2006 eingependelt.

Tabelle 1: Publizistische Werte der verschiedenen Medien für die Jahre 2007 bis 2009.

Medium	2007		2008		2009 (ohne Topten)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Print	862'341	24	688'564	23	483'497	26
Radio	380'643	11	440'508	15	159'360	9
Web	1'235'219	35	1'384'769	47	152'601	8
TV	1'081'545	30	446'242	15	1'062'875	57
Total	3'559'748		2'960'083		1'858'332 100	

Der aufgeführte publizistische Wert wurde durch Projekte und Aktivitäten von S.A.F.E. aus dem Marktbereich Elektrogeräte generiert und verteilt sich auf die einzelnen Medientypen gemäss Abbildung 2 wie folgt:

Abbildung 2: Publizistischer Wert nach Medientyp.



4 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.

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

Projekt	Budget 2009			Ist 2009		
	Total Aufwand kFr.	Finanzierung BFE kFr.	Finanzierung Dritte kFr.	Total Aufwand kFr.	Finanzierung BFE kFr.	Finanzierung Dritte kFr.
Toplicht	300	120	180	385	120	265
Topmotors	400	280	120	380	280	100
Geräte und Standby, Energybox	150	60	90	150	60*	70
Öffentlichkeitsarbeit	125	75	50	125	75	50
Beratung Dritte	30	30	0	30	30	0
Total Aufwand	1'005	565	440	1070	565	485
Anteil BFE	56%			53%		

*Aufgrund einer Projektverzögerung wurden erst kFr. 50 an Auftragnehmer ausbezahlt.

Im Endeffekt überstieg die Gesamtleistung den budgetierten Betrag deutlich und der Anteil BFE an der Gesamtfinanzierung konnte insgesamt um 3% reduziert werden.

Die Herkunft der Finanzierung (Art der Finanzierung) ist in Tabelle 3 dargestellt. Die erreichte Medienleistung per Ende Jahr ist wesentlich grösser als der budgetierte Wert. Der Anteil der Finanzierung durch das BFE beträgt insgesamt 19%. Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt 81% und übertrifft damit den geforderten Wert von 60% deutlich.

Tabelle 3: Art der Finanzierung (kFr.)

Art der Finanzierung	Budget 2009	Ist 2009	Abweichung %
BFE an S.A.F.E.	565	565	0%
von Dritten + Eigenleistung	440	485	10%
Medien (publizistischer Wert)	750	1858	148%
Total Einnahmen	1755	2'908	66%
Anteil BFE	32%	19%	

4.1 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 „weitere Projekte“ enthalten.

Tabelle 4: Zuordnung der Medienwirkung zu Projekten und Themen

Medienwirkung	Publizistischer Wert		Finanzierung BFE	
	kFr.		kFr.	
Toplicht, Objekt- Wohnraumleuchten, Aussenbeleuchtung	664	36%	120	21%
Energybox (inkl. Standby Tester)	44	2%	30	5%
Geräte/Standby	160	9%	30	5%
Motoren	2	0%	280	50%
Weitere Projekte aus Jahresvertrag	988	53%	105	19%
Total	1'858	100%	565	100%

Medienanalyse

Das Kosten/Nutzen-Verhältnis der laufenden Arbeit von S.A.F.E. beurteilen wir trotz des Wegfalls von Topfen als sehr gut. S.A.F.E.-Projekte generieren in der Regel Dritteleistungen, welche nicht über das S.A.F.E.-Budget abgerechnet werden, aber massgeblich zum Nutzen beitragen.

5 Ausblick

5.1 Organisation

Die Zusammenarbeit der einzelnen Partner in der Agentur S.A.F.E. ist sehr effizient und hat sich über die Jahre hinweg bewährt. Mit sparsam eingesetzten Mitteln und gezieltem Aufwand erreichte die Agentur als Repräsentantin von Konsumenten- und Umweltorganisationen ein relevantes Zielpublikum. Für die Zukunft ist S.A.F.E. offen für eine Neuausrichtung. Die Agentur sieht sich aber weiterhin als Kompetenzzentrum für Stromeffizienz in der Schweiz und als fachliche Vertreterin der KonsumentInnen- und Umweltorganisationen. Als Zielgruppen bleiben individuelle KonsumentInnen, Medien und relevante Betriebe für Industriemotoren.

5.2 Projekte

- Ziel von S.A.F.E. ist es, die aufgebauten Produkte und Projekte weiterzuführen und zu entwickeln, neue, energieeffiziente Projekte zu realisieren, entsprechende Netzwerke aufzubauen, zu pflegen im Sinne einer gemeinsamen Strategie mit Umwelt- und Konsumentenorganisationen.

Bei der Fortsetzung der S.A.F.E.-Arbeiten gilt das 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, Verbänden und in Projekten (SIA, SKS, FRC, ACSI, Swissem, SwissTnet, ÖBU, Proklima, SEMA, S.A.L.T., EnAW, Energiestadt, Minergie, Infracore, energho, etc.), die zusätzliche Marktanteile abdecken (Medien, Mitglieder),
- Aufbau internationaler Projekte zur aktiven Mitgestaltung und rascheren Reaktion auf neue Standardisierungsprojekte der EU, CENELEC, IEC, Ecodesign, Energy-using-Products, Energystar, IEA 4E Electric Motor Systems Annex EMSA, Euro-Topten, 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.

6 Kontaktadressen, Berichte, Links

6.1 Adressen

Präsidentin S.A.F.E.	Giuse Togni eTeam TOGNI ENERGIE GmbH Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	Tel. 044 273 08 61 giuse.togni@eteam.ch
Geschäftsführer	Dr. Paul Schneiter S.A.F.E. Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	Tel. 044 761 04 29 paul.schneiter@swissonline.ch
Administration Postadresse	Silvia Berger S.A.F.E. Schweizerische Agentur für Energieeffizienz Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	Tel. 044 362 92 31 Tel. 044 761 82 34 silvia.berger@energieeffizienz.ch info@energieeffizienz.ch www.energieeffizienz.ch

6.2 Weiterführende Berichte und Quellenangaben

Conrad Brunner:	Topmotors: Jahresbericht 2009
Armin Braunwalder:	Jahresbericht 2009 Öffentlichkeitsarbeit
Thomas Heldstab:	Energybox – Auswertung Nutzerdatenbank Standby 2009
Stefan Gasser:	Ratgeber Wohnleuchten (download: www.toplicht.ch)
Giuse Togni:	Ratgeber LED in der Strassenbeleuchtung (download: www.toplicht.ch)

6.3 Links

www.energieeffizienz.ch
www.energy-efficiency.ch
www.efficace.ch
www.toplicht.ch
www.topten.ch
www.topten.info
www.topmotors.ch
www.motorsystems.org
www.motorsummit.ch

www.energybox.ch
www.energysystems.ch
www.salt.ch
www.energie-schweiz.ch
www.faktor.ch
www.goldenerstecker.ch
www.prisedor.ch
www.energieagentur.ch