

März 2011

Jahresbericht 2010

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	7
2.1	ZIELE	7
2.2	FINANZLEISTUNGEN	7
2.3	ERGEBNISSE	7
3	BEURTEILUNG DER AKTIVITÄTEN	8
3.1	DIE WICHTIGSTEN AKTIVITÄTEN	8
3.2	BEWERTUNG DER AKTIVITÄTEN	9
4	EINGESETZTE MITTEL	13
4.1	KOSTEN / NUTZEN	14
5	AUSBLICK	15
5.1	ORGANISATION	15
5.2	PROJEKTE	15
6	KONTAKTADRESSEN, BERICHTE, LINKS	16
6.1	ADRESSEN	16
6.2	WEITERFÜHRENDE BERICHTE UND QUELLENANGABEN	16
6.3	LINKS	16

1 Zusammenfassung

S.A.F.E. hat in den letzten 13 Jahren (seit Gründung der Agentur) den Schwerpunkt auf Effizienz im elektrischen Bereich gelegt und dabei grosse Kompetenz und eine gewisse Kapazität aufgebaut. Das Thema war und ist weiterhin wichtig. Zwischen 1988 und 2007 wurden bekanntlich im BFE Szenarien mit einem verminderten Einsatz nuklearer Energie studiert, die einen deutlich höheren Beitrag an elektrischer Energieeffizienz und an erneuerbarer Energie brauchen.

Das gute Zusammenspiel von hoheitlichen Massnahmen (Zulassungsbeschränkungen gemäss EnG und EnV), von Informations- und Motivationselementen, sowie von finanziellen Förderprogrammen von öffentlichen und privaten Stellen ist für eine Markttransformation entscheidend wichtig. Das Fachwissen von S.A.F.E. wurde dabei auch im europäischen Bereich in verschiedenen Belangen der Ecodesign-Direktive genutzt.

S.A.F.E. begrüsst einerseits die Strategie von Energie Schweiz, mehr Mittel über z.B. Wettbewerbliche Ausschreibungen zur Verfügung zu stellen, bedauert aber andererseits die Tendenz des BFE, den Umfang des Leistungsauftrages jährlich zu reduzieren und nunmehr ab 2011 durch einzelne kleine Projektaufträge zu ersetzen. Insgesamt sind dabei wesentlich weniger Mittel für die Umsetzung einer koordinierten Effizienzstrategie im elektrischen Bereich vorhanden, wie sie in diversen Aktionsplänen des Bundesrates verlangt wurden. Die seit dem 11. März 2011 erneuerte Diskussion um einen dezidierten Ersatzplan für Kernkraftwerke hat dem Thema Energieeffizienz eine hohe Brisanz gegeben und unterstreicht seine Wichtigkeit.

Durch die langjährige Konstanz, Präsenz und umfassende Öffentlichkeitsarbeit von S.A.F.E. wird die Agentur von Fachleuten und Medienschaffenden, KonsumentInnen und Umweltorganisationen als kompetente, unabhängige Informationsquelle im Bereich der effizienten Nutzung elektrischer Energie wahrgenommen und geniesst hohe Glaubwürdigkeit.

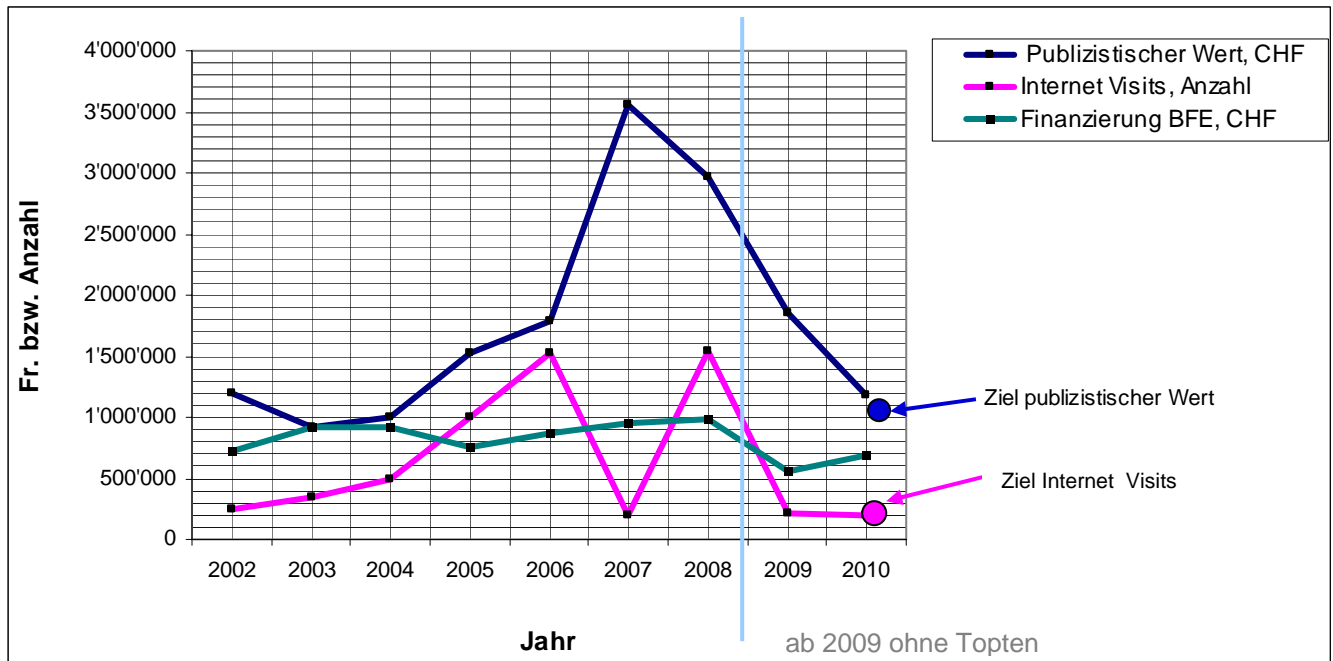
Rahmenvertrag 2006 – 2010

S.A.F.E. konnte von 2006 – 2010 basierend auf einem Rahmenvertrag mit dem BFE seine Programme und Produkte für Energieeffizienz aufbauen und erweitern. Dabei wurden die Leistungen alljährlich neu definiert und mit einem Jahresbudget abgedeckt. Spezifische Zielvereinbarungen wie Internet-Visits und publizistische Werte wurden jährlich festgelegt. Ab 2009 wurde Topten aus dem BFE-Programm ausgegliedert. Insgesamt sind mit den jährlich gesprochenen Vertragssummen die folgenden publizistischen Werte und Anzahl Internet-Visits erreicht worden:

Tabelle 1

Jahr	Vertragssumme kFr.	Publ.Wert kFr.	Internet-Visits	Bemerkung
2006	870	1'982	1'519'353	
2007	945	3'560	1'280'459	
2008	985	2'960	1'504'215	
2009	565	1'858	216'490	ohne Topten
2010	690	1'183	192'852	ohne Topten
total	4'055	11'543	4'713'369	

Abbildung 1: Mehrjahresvergleich des publizistischen Wertes, der Internet-Visits und der Finanzierung BFE (Vergleich mit Zielwerten 2010)



In der Zeit des 5-Jahresvertrags wurden die folgende Produkte und Dienstleistungen aufgebaut:

Beleuchtung:	www.toplicht.ch, Innen- und Aussenbeleuchtung
Topmotors:	Effizienz für Motoren
Energybox:	Stromeffizienz im Haushalt – Stromcheck
Energysystems:	Beratungstool für Heizung, Warmwasserversorgung
Messtechnik:	www.salt.ch, Messlabor
Öffentlichkeitsarbeit:	Kommunikation und Medienarbeit
Topten:	Die Effizienz-Produkte auf einen Blick (bis 2008 BFE-unterstützt)
Geräte/Heizungen:	Diverse Programme, Ratgeber, Beratungsmandate

Jahresprogramm 2010

Der Jahresplan 2010 umfasste die Projekte Toplicht, Topmotors, Energybox, Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit und das Beratungsmandat „Beratung Dritte“ für allgemeine Beratung und Auskunft. Alle Projekte wurden gemäss Jahresplan ausgeführt und weiterentwickelt.

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, oben) zeigt, dass der publizistische Wert nach wie vor auf einem hohen Niveau gehalten werden konnte und der Zielwert leicht überschritten wurde. Die Anzahl Internet-Visits liegt minimal unter den Erwartungen.

2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

2.1 Ziele

Gemäss dem Jahresplan 2010 wurden die folgenden quantitativen Ziele (Produktionsziele) vereinbart:

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

Diese Werte liegen leicht unterhalb des Vorjahres.

Neben diesen Zielen wurde die Finanzierung durch Dritte budgetiert mit: Fr. 1'080'000

2.2 Finanzleistungen

Effektive Finanzierung Dritte (Geldmittel/Eigenleistung)	Fr. 738'000
Publizistischer Wert	Fr. 1'182'729
Total Finanzierung Dritte (74% vom Gesamtwert)	Fr. 1'920'729
 BFE/EnergieSchweiz (26% von Gesamtwert)	 Fr. 690'000
Gesamtwert	Fr. 2'610'729

2.3 Ergebnisse

Per Ende **2010** wurden die folgenden Werte erreicht:

Publizistischer Wert:	Fr. 1'182'729
= 118% gegenüber Zielwert (plus 18%)	

Anzahl Internet-Visits gemäss Besucherstatistik:	Anzahl 192'852
= 96% gegenüber Zielwert (minus 4%)	

Gegenüber dem **Vorjahr** reduzierte sich der **publizistische Wert** um 36%, die **Internet-Visits** um 11%.

Die **Finanzierung durch Dritte** erreichte 2010 insgesamt einen Wert von Fr. 1'920'729 und betrug somit 74% der gesamten Finanzleistung.

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 im Innen- und Aussenbereich. 2010 standen folgende Schwerpunkte im Fokus:

Innenbeleuchtung: Die Zertifizierung von Leuchten – auch LED-Leuchten – für den Minergiestandard wurde fortgesetzt. Ein KMU-Ratgeber zur Beleuchtungssanierung (20-seitig) mit Planungsgrundsätzen, Check und Massnahmenliste wurde als Download-Version erarbeitet. 9 Factsheets/Dokumentationen mit realisierten und energetisch effizienten LED-Beispielen wurden erstellt, inklusive allgemeine Informationen zur Anwendung von LED.

Strassenbeleuchtung: Ein LED-Ratgeber für Gemeinden wurde realisiert. Das Benchmarking wurde laufend aktualisiert, 4 Fachartikel wurden publiziert und 3 Fachtagungen durchgeführt oder mitorganisiert.

Topmotors

Topmotors ist das S.A.F.E.-Umsetzungsprogramm für energieeffiziente elektrische Antriebe im Rahmen des Programms EnergieSchweiz. 2010 wurde das aufgebaute Netz von Herstellern, Maschinenbauern, Servicefirmen, Hochschulen/Fachhochschulen, Prüflabors, Fachleuten und Industrie-Anwendern etc. nochmals massiv erweitert. Die Phase des Aufbaus ist grundsätzlich abgeschlossen.

2010 wurde folgende Aktivitäten durchgeführt: Das Pilotprojekt Halba (Coop) wird umgesetzt. Neue Objekte wurden laufend studiert und diverse Anfragen bearbeitet. Die Software-Tools ILI/ILI-Plus und SOTEA wurden optimiert/übersetzt (F/E). Für Fachkräfte, Motor-Check-Anwender wurden insgesamt 11 Schulungen durchgeführt. Im Oktober 2010 fand der Motor Summit 2010 statt, der international ausgerichtet ist. Ein Themenheft „Motoren“ von „faktor“ wurde in Zusammenarbeit mit dem Verlag realisiert, 2 Newsletters, die laufend aktualisierte Website und der Motor Summit 2010 bildeten die Kommunikationsschwerpunkte.

Geräte und Standby

Der Ratgeber „effiziente PC-Netzwerke“ wurde im Mai 2010 auf www.energieeffizienz.ch aufgeschaltet. Die Dokumentation beinhaltet eine Übersicht der verfügbaren und planbaren Methoden zur Stromeinsparung. 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.

Energybox: Website www.energybox.ch.

Energybox ist ein Online-Check für den Stromverbrauch im Haushalt. 2010 wurden neue EW-Partner für das Projekt Energybox gewonnen. Die Migration auf .NET Framework 2.0/3.5 wurde anfangs Jahr erfolgreich durchgeführt, womit der Weiterbetrieb für längere Zeit gesichert ist. Die Programmierung der Gruppenlösung für kleinere EVUs und Gemeinden wurde per Ende Jahr abgeschlossen. Ein Bericht zum Thema Smart Metering „Schnittstelle Energybox - Smart Metering“, welcher die Evaluierung bereits bestehender Lösungen zum Thema Metering umfasste, wurde für das BFE erstellt. Die zur Aufrechterhaltung des Betriebs notwendigen Datenbankwartungen, Software-Wartungen und Anpassungen im zugrunde liegenden Rechenmodell wurden laufend durchgeführt.

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

S.A.F.E. setzte sich 2010 zum Ziel, durch Kontinuität in der Öffentlichkeitsarbeit wiederum einen wichtigen Beitrag zur Sensibilisierung der KonsumentInnen/Konsumenten im Themenkreis sparsame Nutzung von Elektrizität zu leisten. Dabei ging S.A.F.E. von einer Medienwirkung von insgesamt 1 Mio. Franken aus, womit eine Reichweite von 12 Mio. potenziellen Publikumskontakten erreicht werden sollte (TV, Radio, Print, Internet).

Die Schwerpunkte 2010 lagen bei folgenden Aktivitäten: Im Juni 2010 wurde der Workshop zum Thema „Stromeffizienz: erfolgreiche Projekte“ durchgeführt für EVUs, SAFE-Mitglieder und -partner, Gemeinden, sowie weitere Fachpersonen. Die Medien-Anfragen zum Thema Energie- und Stromeffizienz wurden in allen Sprachregionen bearbeitet. Laufend wurden eigene Beiträge für Fach- und grosse Publikumsmedien erstellt und Medienbeiträge zu S.A.F.E.-Projekten initiiert. Es wurden mehrere Fachartikel in der italienischen Schweiz angeboten, welche veröffentlicht bzw. im Radio ausgestrahlt wurden. Die Aufarbeitung von Medienrohstoffen und Erstellung von Dokumentationen/Factsheets über laufende S.A.F.E.-Projekte waren zentrale Projektarbeit.

Beratung Dritte

S.A.F.E. stellte dem BFE seinen Pool von Fachleuten für die folgenden Leistungen zur Verfügung: Beantwortung von Anfragen der KonsumentInnen und des BFE im Bereich Energieverbrauch und Geräte, vertiefte Abklärung aktueller Probleme im Bereich des Energieverbrauchs und Daten-Bereitstellung für Wirkungsanalysen etc. Durch das Projekt „Beratung Dritte“ werden individuelle Anfragen und Leistungen abgegolten, die effektiven Beratungscharakter haben. S.A.F.E.-Fachleute stellen sich für die unterschiedlichen Aufgaben zur Verfügung.

3.2 Bewertung der Aktivitäten

Toplicht

Die Webseite www.toplicht.ch erreichte 56'000 Besucher, was einer Steigerung gegenüber 2009 von rund 55% entspricht. Die Hits erreichten 1.9 Mio., damit übertrafen sie den Vorjahreswert um ca. 18%. Dies zeigt ein starkes Interesse an der Informationsplattform zum Thema Licht. Mit der laufenden Entwicklung in der LED-Technologie und der Umsetzung des Glühlampenverbots stieg der Bedarf an fachlicher Information bei Fachleuten/KonsumentInnen.

Die erstellten Ratgeber für KonsumentInnen und KMUs für die Beleuchtungssanierung entsprach mit rund 2500 Downloads den Erwartungen. Die Factsheets „LED - Gute Beispiele“ erhielten mit 1200 Downloads eine gute Besucherzahl und übertrafen die Erwartungen um 20%. Mit dem Projekt konnte aufgezeigt werden, für welche Anwendungen LED heute wirtschaftlicher und effizienter ist als

konventionelle Lösungen. Gezeigt wurde auch, wo LED nicht ideal ist und als Lifestyle-Element zu Lasten einer optimierbaren Effizienz eingesetzt wurde. Ein Themenheft (Faktor: LED) wurde lanciert. Die effizientesten LED-Umsetzungsbeispiele wurden dabei ausführlich vorgestellt.

Objektleuchten: Per Ende 2010 wurden insgesamt rund 520 Minergie-Leuchten zertifiziert, was einer Steigerung von einem Drittel gegenüber dem Vorjahr bedeutet (2010 = Messung von 161 Leuchten). Insgesamt wurden bereits 56 LED-Leuchten zertifiziert. Alle Minergie-zertifizierten Leuchten sind auf www.toplicht.ch aufgelistet.

Strassenbeleuchtung: Der LED-Ratgeber „Strassenbeleuchtung für Gemeinden: Steuerung und LED“ wurde sehr rege benutzt (40 – 60 Downloads pro Tag). Die Medienwirkung 2010 war sehr gut mit insgesamt 14'700 Downloads.

Das Benchmarking wurde laufend aktualisiert. 4 Fachartikel zum Thema wurden platziert. Die Fachtagungen wurden sehr gut besucht und entsprachen einer grossen Nachfrage.

In Zusammenarbeit mit S.A.F.E. lancierte das EVU *Groupe e* ein Sanierungsprogramm in den Kantonen FR und NE, bei dem sich erstmals ein EVU an den Investitionskosten beteiligt, hier mit 9 von total 30 Mio. Franken Gesamtkosten.

Topmotors

Das aufgebaute Netzwerk der diversen Akteure ist erfolgreich aufgebaut und in Funktion. Das Interesse bei den Fachhochschulen und Hochschulen ist ansteigend. Die Fachhochschulen und ETH-Z/EPF-L untersuchten die vorhandenen Motorenprüfstände. Die Kontaktbasis zu Herstellern, Händlern, Servicefirmen, Maschinenbauern, industriellen Anwendern, Verbänden wurde in der deutschen Schweiz sowie in der Romandie erfolgreich erweitert und vertieft. Die Jahresziele wurden alle erreicht. Durch die neue Website www.motorsummit.ch und durch die bessere Verlinkung mit dem internationalen IEA 4E EMSA Projekt www.motorsystems.org konnten die Seitenzugriffe und die Besucheranzahl stark gesteigert werden. Die rund 32000 Internet-Hits übertrafen die geplante Anzahl um Faktor 3.2.

Der Newsletter (2 jährlich) ist erfolgreich und löste Rückfragen aus. Die mehrtägige internationale Veranstaltung „Motor-Summit 2010“ war sehr gut besucht (160 TN) und viele spontane, positive Rückmeldungen erreichten die Organisatoren. Die Workshops „Messtechnik“ erwiesen sich als ausgezeichnete Plattform für einen guten Erfahrungsaustausch zwischen Servicefachleuten und Hochschulnetz. Verschiedenste Schulungen, Seminare und Kurse in Zusammenarbeit mit Energho, den Ostschweizer Kantonen (6 Standorte), FHNW, CAS, SwissTnet, kant. Baudirektion ZH/Awel konnten erfolgreich abgeschlossen werden. Insgesamt wurden 11 Schulungen mit 620 Teilnehmenden durchgeführt. Das Jahresziel (10) wurde überschritten.

Bei den Pilotobjekten wurde die Vorgehensberatung intensiviert. Sehr unterschiedliche Bedürfnisse wurden sichtbar. Es wurden mehr Beratungen durchgeführt als geplant waren. Die weiter entwickelten Software-Tools vereinfachen die Potentialabschätzung für Anwender, respektive unterstützen die Detailbearbeitung und Umsetzungsvorbereitungen. Die Jahresziele wurden überall erreicht.

Geräte – Standby

Der Ratgeber „effiziente PC-Netzwerke“ wurde im Mai 2010 auf www.energieeffizienz.ch aufgeschaltet. Die Downloads werden regelmässig heruntergeladen.

Energybox: Website www.energybox.ch.

Der Online-Check für den Stromverbrauch im Haushalt wird regelmässig und verstärkt benutzt. In Spitzenzeiten sind rund 1000 Besucher pro Tag gleichzeitig am Stromcheck.

2010 wurden drei neue EVU-Partner für das Projekt Energybox gewonnen. Die Anzahl Hits im 2010 liegt mit 1'197'789 rund viermal höher als geplant (300'000).

Die Programmierung der Gruppenlösung für kleinere EVUs und Gemeinden wurde per Ende Jahr abgeschlossen und 2011 nun vertrieben.

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Seit einigen Jahren ist die Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit ein eigenständiges S.A.F.E.-Projekt. Synergien zwischen den einzelnen Projekten werden somit effizient genutzt. Es ist ein Ziel von S.A.F.E., die Kontinuität dieser Öffentlichkeitsarbeit weiterhin zu gewährleisten.

Pressebeiträge und Datenvorbereitung für Medienarbeit werden in passiver und aktiver Arbeitsmethodik ausgeführt. S.A.F.E. erarbeitet Beiträge zu Stromeffizienz-Themen und platziert sie aktiv in geeigneten Medien. Ein wesentlicher Anteil der Medienarbeit geschieht in passiver Form: Die Agentur erhält Medienanfragen zu aktuellen Themen und stellt entsprechend Fachkräfte oder -wissen zur Verfügung oder erarbeitet Grundlagen für entsprechende Medienanfragen zur weiteren Verwendung. Beide langjährig angewandten Arbeitsmethoden sind Grundsteine für eine vertrauensbildende Zusammenarbeit mit Medien und weiteren Partnern.

S.A.F.E. genießt eine hohe Glaubwürdigkeit durch die unabhängige Öffentlichkeitsarbeit, was sich auch auf die Projekte auswirkt. Durch die effiziente Verlinkung der Projektarbeit mit Medienarbeit erzielen die Themen rund um das Effizienzpotential Strom eine ausserordentliche Medienwirkung mit vergleichsweise geringen Mitteln – dies auch zum Nutzen der verschiedenen Partner und Auftraggeber.

S.A.F.E. setzte sich 2010 für eine Medienwirkung (publizistischer Wert) von kFr. 1000 zum Ziel und erreichte effektiv die Leistung von kFr. 1'183. (TV, Radio, Print, Website). Der publizistische Wert der S.A.F.E.-Öffentlichkeitsarbeit lag 2010 insgesamt höher als geplant, jedoch leicht unter den Zahlen des Vorjahres, was durch fehlende TV-Auftritte in der Deutschschweiz erklärbar ist.

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich 2010 der publizistische Wert im Bereich Radio mehr als verdoppelt (Tabelle 2). Der Printbereich legte um gut 160'000 Franken zu (+ 33%). Im TV-Bereich gab es einen markanten Rückgang: In der Deutschschweiz verzeichnete S.A.F.E. keinen TV-Auftritt, in der Romandie lediglich 2, im Vorjahr waren es zum Vergleich insgesamt 11 Auftritte.

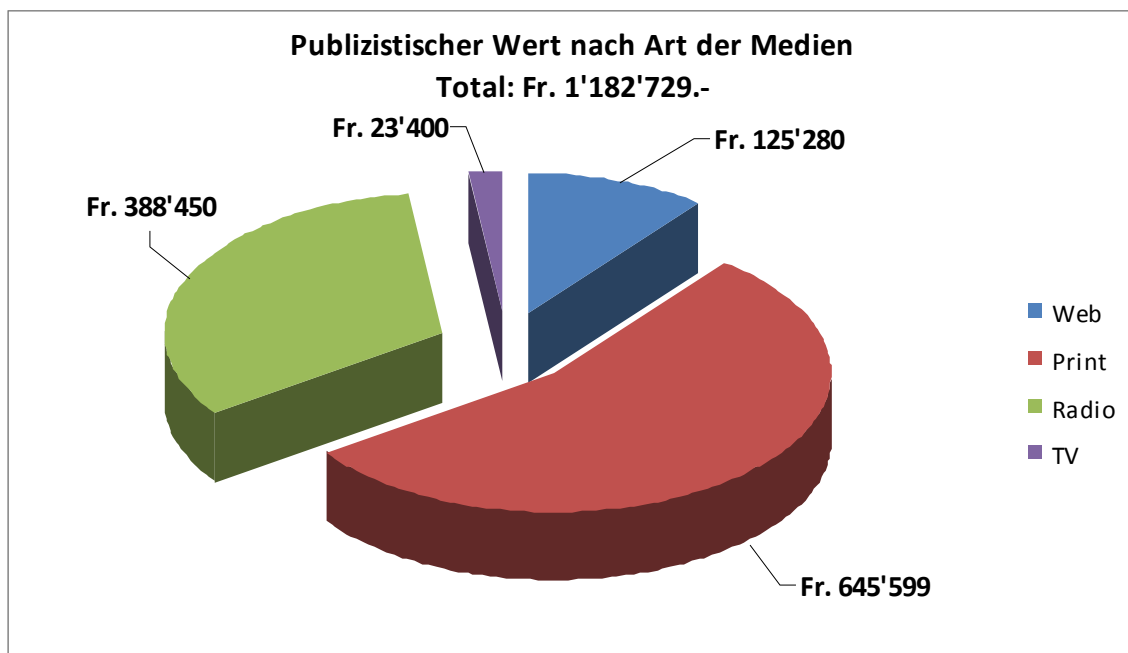
Die Zahl der BesucherInnen auf SAFE-Websites betrug 192'852, hier war das Ziel 200'000 BesucherInnen – die Zahl liegt leicht unter den Erwartungen.

Tabelle 2: Publizistische Werte der verschiedenen Medien 2009 und 2010

Medium	2009		2010	
	Fr.	%	Fr.	%
Print	483'497	26	645'599	55
Radio	159'360	9	388'450	33
Web	152'601	8	125'280	11
TV	1062'875	57	23'400	2
Total	1'858'332	100	1'182'729	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 wie folgt:

Abbildung 2: Publizistischer Wert nach Medientyp.



Beratung Dritte

Das Interesse an Energieeffizienz und relevanten Elektro-Geräten ist während des Jahres schwankend und je nach Ereignissen und Medienthemen kann es aber auch schnell ansteigen. Im Jahr 2010 wurden schätzungsweise rund 800 Kontakte bedient. Dabei handelte es sich vorwiegend um individuelle Anfragen und Beratungen, Anfragen von Fachkräften, Institutionen, Medienfachleuten, des Gemeinwesens.

4 Eingesetzte Mittel

Die folgende Tabelle 3 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.). Die Medienleistung ist im Budget und im Ist-Vergleich nicht enthalten.

Tabelle 3: Vergleich von Aufwand und Ertrag der Ist-Werte mit dem Budget:

Projekt	Budget 2010			Ist 2010		
	Total Aufwand kFr.	Finanzierung BFE kFr.	Finanzierung Dritte kFr.	Total Aufwand kFr.	Finanzierung BFE kFr.	Finanzierung Dritte kFr.
Toplicht	570	200	370	570	200	370
Topmotors	470	280	190	448	280	168
Energybox	230	80	150	230	80	150
Öffentlichkeitsarbeit	470	100	370	150	100	50
Beratung Dritte	30	30	0	30	30	0
Total Aufwand	1770	690	1080	1428	690	738
Anteil BFE		39%			48 %	

Bei „Topmotors“ und in der „Öffentlichkeitsarbeit“ wurden die Finanzierungskosten durch Dritte insgesamt reduziert.

Die Herkunft der Finanzierung (Art der Finanzierung) ist in Tabelle 4 dargestellt. Die erreichte Medienleistung per Ende Jahr ist wesentlich grösser als der budgetierte Wert. Der Anteil der Finanzierung durch das BFE am Gesamtwert beträgt insgesamt 26%. Der Eigenfinanzierungsgrad (inkl. publ. Wert) beträgt 74% und übertrifft damit den geforderten Wert von 60% massgebend.

Tabelle 4: Art der Finanzierung (kFr.)

Art der Finanzierung	Budget 2010	Ist 2010	Abweichung %
BFE an S.A.F.E.	690	690	0%
von Dritten + Eigenleistung	1080	738	- 32 %
Medien (publizistischer Wert)	1000	1183	+ 18 %
Total Gesamtwert	2770	2611	- 6 %
Anteil BFE am Gesamtwert	25 %	26 %	

4.1 Kosten / Nutzen

Der publizistische Wert entspricht dem quantifizierbaren Output (Produktionsziel). Die Tabelle 5 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 5: Zuordnung der Medienwirkung zu Projekten und Themen

Medienwirkung	Publizistischer Wert		Finanzierung BFE	
	kFr.		kFr.	
Licht, öffentliche Beleuchtung	343	29%	200	29 %
Energybox	36	3%	80	12 %
Altgeräteersatz	9	1%		
Energieberatung	289	24%		
Energieeffizienz	307	26%		
Klimageräte	21	2%	410	59 %
S.A.L.T.	20	2%		
S.A.F.E. allgemein	114	10%		
Standby	11	1%		
Waschen, Trocknen	33	3%		
Total	1183	100%	690	100%

Medienanalyse

Das Kosten/Nutzen-Verhältnis der laufenden Arbeit von S.A.F.E. beurteilen wir als sehr 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. Die medienwirksame Öffentlichkeitsarbeit unterstützt die Projektarbeit in hohem Ausmass.

5 Ausblick

5.1 Organisation

S.A.F.E. hat in den letzten Jahren sehr effizient gearbeitet und in langjähriger Zusammenarbeit mit dem BFE und mehreren EVUs Produkte aufgebaut, die sich am Markt bewährt und einen Bekanntheitsgrad erreicht haben. Dabei hat die enge Zusammenarbeit mit den eigenen Medienfachkräften wesentlich zum Erfolg der Projekte und der Agentur beigetragen. Das BFE war ein konstanter Partner in all diesen Projekten.

S.A.F.E. währt auch in Zukunft die Kontinuität in der fachlichen Projektarbeit mit einer hohen Medienpräsenz und entwickelt weiterhin in Zusammenarbeit mit Partnern Projekte und Produkte, die in den Bereichen Geräte und Motoren die Stromeffizienz erhöhen, ausgerichtet auf die Zielgruppen KonsumentInnen, Fachleute, Gemeinwesen, Hersteller, Handel und Industrie.

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:

- Fortführung von laufenden und erfolgreichen S.A.F.E.- Projekten und Themenbereichen,
- Erschliessung neuer Projekte und neuer Märkte,
- 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, differenzierte Zielgruppen: Fachpersonen, allgemeine Käuferschaft, Handel/Hersteller),
- verstärkte Zusammenarbeit mit anderen Organisationen, Verbänden und in Projekten (SIA, SKS, FRC, ACSI, Swissmem, SwissTnet, ÖBU, Proklima, SEMA, S.A.L.T., EnAW, Energiestadt, Minergie, Infrawatt, 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),
- Wettbewerbliche Ausschreibungen: Laufende Projekte werden optimiert, nach den ersten Erfahrungen in Zusammenarbeit mit den Partnern weiterentwickelt und realisiert,
- Teilnahme an weiteren Wettbewerblichen Ausschreibungen,
- Drittmittel (Eigenleistungen und Drittfinanzierungen) sollen einen tendenziell steigenden Anteil aufweisen,
- Generierung von neuen Partnern und Finanzierungsmodellen.

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
Geschäftsführerin	Silvia Berger S.A.F.E. Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	Tel. 044 362 92 31 silvia.berger@energieeffizienz.ch
Postadresse	S.A.F.E. Schweizerische Agentur für Energieeffizienz Schaffhauserstrasse 34 8006 Zürich	info@energieeffizienz.ch www.energieeffizienz.ch

6.2 Weiterführende Berichte und Quellenangaben

Conrad Brunner:	Topmotors: MIS-Jahresbericht 2010, www.topmotors.ch
Armin Braunwalder:	Jahresbericht 2010 Öffentlichkeitsarbeit, MIS-Jahresbericht 2010
Thomas Heldstab:	MIS-Jahresbericht 2010, www.energybox.ch
Stefan Gasser:	Ratgeber KMU (download: www.toplicht.ch), MIS-Jahresbericht 2010
Giuse Togni:	„LED – Gute Beispiele“ und „Ratgeber LED in der Strassenbeleuchtung“, (download: www.toplicht.ch), MIS-Jahresbericht 2010
Silvia Berger	MIS-Jahresbericht 2010, Beratung Dritte

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.priedor.ch
www.energieagentur.ch