

# **Proofig – nachhaltig profitabel**

## Onlineplattform für Nachhaltigkeit in KMU

### **Jahresbericht 2010**

März 2011

**öbu**  
**works for**  
**sustainability.**

**Auftraggeber/Projektpartner:**

Bundesamt für Energie BFE, 3003 Bern

Bundesamt für Umwelt BAFU, 3003 Bern

Bundesamt für Raumentwicklung ARE, 3003 Bern

Staatsekretariat für Wirtschaft SECO, 3003 Bern

**Auftragnehmer:**

Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften, 8001 Zürich

**Autoren:**

Gabi Hildesheimer, Projektleiterin

Sabina Döbeli, stv. Projektleiterin

Sabine Ziegler, stv. Projektleiterin

**Projektoberleitung (ohne Projektleitung):**

Andreas Mörikofer      BFE

Daniel Zürcher      BAFU

Daniel Wachter      ARE

Hans-Peter Egler      SECO

**Impressum**

31. März 2010

Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften

Uraniastrasse 20

8001 Zürich

Tel 044 364 37 38

info@oebu.ch

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Quantitative Beurteilung der Zielerreichung.....</b>	<b>4</b>
2.1	Abweichung zur ursprünglichen Projektplanung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
2.2	Zielerreichung Betriebsphase 2009 .....	4
<b>3</b>	<b>Beurteilung der Aktivitäten .....</b>	<b>6</b>
3.1	Website .....	6
3.2	Efficheck.....	7
3.3	Infothek .....	8
3.4	Französische Version.....	8
3.5	Marketing und Kommunikation .....	9
3.6	Club der ProofessorInnen .....	11
3.7	Beirat.....	12
<b>4</b>	<b>Finanzieller Projektabschluss .....</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>Ausblick .....</b>	<b>13</b>
<b>6</b>	<b>Kontaktadressen, Gremien .....</b>	<b>13</b>

# 1 Zusammenfassung

Das Betriebsjahr 2010 – das zweite Betriebsjahr der online Plattform Proofit – umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 31. Dezember 2010. Das Jahr 2010 stand unter dem Zeichen der Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit des **Effichecks** und der Entwicklung entsprechender neuer branchen- und themenspezifischer Zusatzmodule.

Mit den **Proofit-Apéros nach dem neuen Muster (in Partnerschaft weiterer Träger)** wurden 520 Teilnehmer an acht Anlässen angesprochen. Jeder Proofit-Apéro wirkt sich auch positiv auf die Webzugriffe aus.

Mit dem **Re-Launch des Effichecks** (1. November Deutsch, 7. Dezember Französisch) wurde eine starke mediale Begleitung aufgegleist, wo verschiedenen Partner auf den Efficheck in ihren Fachmedien berichteten. Zudem wurde ein Wettbewerb mit attraktiven Preisen bis 31. Januar durchgeführt, was viele Efficheck-NutzerInnen brachte.

Der Club der **ProofessorInnen** erlebte sein zweites Jahr. Die Gruppe trägt viel bei zur Validierung der Infothek, unterstützt Proofit aber auch in anderen Bereichen. Die ProofessorInnen sind ein Gremium von pensionierten Nachhaltigkeitsprofis, welche die Plattform einerseits mit ihrem Wissen aktiv unterstützen und andererseits als BotschafterInnen für Proofit eintreten. Ende 2010 umfasste der Club 20 Mitglieder.

Die **französische Adaptation der Website** entwickelt sich langsam aber stetig. Heute befinden sich französischsprachige 150 Detailinfos auf der Website.

Die **Nutzung der Website** bewegt sich in die richtige Richtung. Im ganzen Jahr nutzten 21'000 Personen Proofit. Von den erfreulichen rund 10'000 BesucherInnen in den beiden letzten Monaten 2010 und bis Januar 2011 haben sich 242 für den Efficheck eingeloggt. Knapp hundert vollständig ausgefüllte Effichecks liegen nun aus dieser Periode vor. Mit der Neustrukturierung des Effichecks wurde die Schwelle für die Nutzung effektiv gesenkt und seit der Lancierung wurden so viel Effichecks ausgefüllt wie in der ganze Zeit davor. Sehr zufrieden sind wir mit dem positiven Feedback, das wir allgemein erhalten.

## 2 Quantitative Beurteilung der Zielerreichung

### 2.1 Zielerreichung Betriebsphase 2010

Auf den 31. Dezember 2009 wurden folgende, in der Jahresplanung 2010 formulierten Ziele erreicht.

## **Übergeordnetes Ziel**

Hauptziel für 2010 waren neben der Analyse und Optimierung verschiedener Elemente der Proo-fit-Website die konsequente Ausschöpfung der bestehenden Partnerschaften – insbesondere im Bereich der Branchenorganisationen.

## **Kommunikation und Marketing**

Mit dem neuen Muster der Proofit-Apéros wurden die Branchenverbände, die auch im Proofit-Beirat vertreten sind, stärker in die Umsetzung und Vermarktung der Anlässe einbezogen. 2010 sollte die Plattform vor allem bei Schweizer KMU, aber auch in der Nachhaltigkeits-Szene weiter etabliert werden. Schweizer KMU mit zehn bis 500 Mitarbeitenden (Haupt- und Nebenzielgruppe) sollen die Website als Angebot für einen einfachen Einstieg in das Themenfeld der betrieblichen Nachhaltigkeit kennen lernen und motiviert werden, die Website auch zu nutzen. Dies geschah über proaktive Kommunikationsmassnahmen wie Proofit Apéro-Veranstaltungen und Medienarbeit.

Statt der geplanten zehn Proofit Apéros wurden nur acht durchgeführt (davon ca. 3 nach dem bisherigen Konzept, die übrigen in der neuen Form). Dafür konnten drei Auftritte an Messen organisiert werden.

Um gezieltes Feedback bezüglich der Benutzerakzeptanz einzuholen, soll eine (kurze) Umfrage durchgeführt werden. Die Einführung eines ca. halbjährlich erscheinenden Newsletter soll geprüft werden.

## **Der Efficheck**

Der Efficheck sollte 2010 mehr User erreichen und ansprechen. Ziel war, dass die KMU, die Proofit besuchen, auch den Efficheck ausfüllen. Zu diesem Zweck wurde der Efficheck überarbeitet. Dabei standen die Benutzerfreundlichkeit und die Ansprüche der User hinsichtlich Branchenbezug im Zentrum.

Die Überarbeitung umfasste eine Anpassung des allgemeinen und der bestehenden Branchenfragebogen, andererseits die Erarbeitung neuer branchenbezogener oder thematischer Module, die einen spezifischen Aspekt der Nachhaltigkeit im Unternehmen behandeln (z.B. IT oder Facility Management).

## **Die Infothek**

Die Infothek wird in einem laufenden Verbesserungsprozess aktuell gehalten und ergänzt. Die Filtersuchfunktion soll optimiert werden.

Der Fokus sollte nicht auf der Quantität sondern viel mehr auf der Qualität liegen. Das Ziel ist nicht eine Erhöhung der reinen Anzahl an Informationsseiten, sondern vielmehr die breite Abdeckung von relevanten Themen.

Inhaltlich soll der Branchenbezug der Information ins Zentrum gestellt werden. Bedarfsbezogene Produkte und konkrete Arbeitshilfen für branchenspezifische Situationen sollen vermehrt angeboten werden.

Ende 2010 hat die Geschäftsstelle der Öbu in Zusammenarbeit mit einigen ProofessorInnen begonnen, an spezifischen Infothek-Tagen intensiv an der Verbesserung der Qualität zu arbeiten.

## 3 Beurteilung der Aktivitäten

### 3.1 Website

Der Aufbau der Internetplattform Proofit hat das erste stabile Jahr hinter sich. Zwölf Monate war er online und erfuhr eine detaillierte Nutzung. Gegen 460 Detailinformationen wurden auf die Infothek gesetzt und der Efficheck wurde modular aufgeteilt. Neu wurde ein allgemeiner Einstiegsfragebogen erstellt und neun Themenmodule. Weiter wurde in enger Zusammenarbeit mit Branchenverbände die sogenannten branchenspezifischen Zusatzmodule entwickelt.

Die quantitative Analyse ergibt folgende Zahlen, welche die Aktivitäten auf Proofit im Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 31. Dezember 2010 dokumentieren (Quelle: Google Analytics):

- Besucher: 20'947 (Erhöhung zum Vorjahr um 500 Users)
- Seitenzugriffe: 104'090 (ca. 20 Prozent weniger Seiten wurden 2010 im Vergleich zum Vorjahr aufgerufen)
- Durchschnittliche Anzahl Seitenzugriffe je Besucher: 4.97
- Durchschnittliche Besuchszeit je Besucher: 04:53 Min.
- Absprungrate (Besucher, die nur die Startseite besuchen): 57 Prozent
- Herkunft der Besucher:
  - 35.5 Prozent direkte Zugriffe -> Mehrfachnutzung 36 Prozent (erste Ansätze eines Community Building ersichtlich)
  - 44 Prozent über Suchmaschinen (google, bing, search, yahoo)
  - 20 Prozent verweisende Websites (Links; davon 7.53 Prozent oebu.ch, 6 Prozent ZKB Nachhaltigkeitspreis, 5 Prozent bfe.admin.ch, 4 Prozent Stadt Zürich)

Die qualitativen Rückmeldungen der NutzerInnen wie auch von ProjektpartnerInnen sind fast ausschliesslich positiv bis sehr positiv und bestätigen den Eindruck, den die Zahlen aus Google Analytics liefern. Mit der Evaluation der Site werden genauere Angaben zu den Users und dem Nutzen erfasst werden. Eine externe Betrachtung von Vergleichen anderer, ähnlicher Websites wird vorgenommen.

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 in Kombination mit weiteren existierenden Angeboten ein geeignetes Instrument für die Erreichung der angestrebten Ziele ist.

## 3.2 Efficheck

Mit dem Re-Launch Anfang November (Deutsch) und Mitte Dezember (Französisch) wurde neben dem modularen Aufbau des Effichecks der persönliche Account eingerichtet, was ein mehrfaches Zugreifen ermöglicht. Der User hat zudem in der neuen Version die Möglichkeit, unterschiedliche Module hintereinander zu testen, und muss nicht den ganzen Test auf einmal fertigstellen. Er kann bei einem weiteren Besuch nun auch seine Daten wieder anschauen und somit den Fortschritt über die Zeit verfolgen.

Der Efficheck ist als Selbstevaluationstool zentraler Bestandteil von Proofit. Im Betriebsjahr 2010 wurde der Efficheck grundlegend überarbeitet um den Ansprüchen der User gerechter zu werden. Der neue Efficheck (Version 3.0) ist modular aufgebaut. Ein kurzer Einstiegsfragebogen gibt dem User einen ersten Überblick über die Themenbereiche, die nachhaltiges Wirtschaften ausmachen und die Proofit abdeckt. Frei wählbare Themen- und Branchenmodule geben dem User die Freiheit, Schwerpunkte nach Branche, Interesse und Bedürfnis zu setzen.

Der Efficheck ist ein Fragebogen-Tool für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Einrichtungen aus dem Pflegebereich sowie Non-Profit-Organisationen (NPO). Er soll den Usern bei der Einschätzung ihres Potenzials im Bereich nachhaltiges Wirtschaften helfen. Der Einstiegsfragebogen gibt anhand von rund 30 Fragen einen ersten Überblick über die vielseitigen Themen der Nachhaltigkeit im Geschäftsalltag. In den Themenmodulen und Branchenmodulen werden ausgesuchte Aspekte vertieft behandelt.

Die neuen Themenmodule (seit Anfang November 2010):

- Beschaffung und Supply Chain Management
- Büro und Papier
- Energie- und Wasserverbrauch
- Gebäude und Facility Management
- Kochen, Backen, Grillieren
- Lebensmittel und Kühlung
- Mobilität und Verkehr
- Mitarbeitende
- Sicherheit und Gesundheit
- Management und gesellschaftliches Engagement

Die Branchen-Zusatzmodule

- Druckerei
- Haustechniker
- Hotellerie
- Pflegeheime
- Non-Profit-Organisationen NPO/NGO

Da das Jahr 2010 vor allem dem Umbau des Fragebogens gewidmet war, verzichteten wir weitgehend auf Werbung für den Efficheck, auch an den Proofit Apéros – es sollten nicht Leute motiviert werden, ein Instrument zu nutzen, welches wir gleichzeitig grundlegend umbauten. Entsprechend ist auch nur eine geringe Anzahl vollständig ausgefüllter Effichecks (55 seit Januar 2010) zu verzeichnen. Wir gingen aufgrund der Feedbacks von der Annahme aus, dass in der Zielgruppe das grundsätzliche Interesse an einem Selbstevaluationstool zur Standortbestimmung besteht. Der Re-Launch Ende 2010 präsentiert nun einen einfacheren und modularen Efficheck. Die deutli-

che Zunahme der Anmeldungen bestätigt uns. Im ersten Monat waren bereits 95 Efficheck-Anmeldungen zu verzeichnen.

Der Efficheck in seiner bisherigen Form war nicht genügend auf die Bedürfnisse der User zugeschnitten. Die Analyse der eingegebenen Daten im ersten Betriebsjahr zeigte, dass nur ein verschwindend kleiner Teil der User plausible Zahlen eingibt und viele User ganz auf eine Dateneingabe verzichteten. Dieser Umstand verunmöglichte die Errechnung eines verlässlichen Benchmarks. Entsprechend verzichtet die aktuelle Version vorläufig auf Benchmarks.

Der Efficheck soll 2011 nun mehr User erreichen und ansprechen. Bei der grundlegenden aber sanften Überarbeitung standen die Benutzerfreundlichkeit, die Kommunikation und die Ansprüche der User im Zentrum.

## 3.3 Infothek

Die Infothek umfasst rund 470 online gestellte Informationsseiten in Deutsch (150 in Französisch). In standardisierter Form sind Informationen KMU-gerecht 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.

Die bestehenden Informationsseiten werden systematisch überarbeitet, aktualisiert und ergänzt. Bei dieser Arbeit erhält die Geschäftsstelle wertvolle Unterstützung von den ProfessorInnen (vgl. Kapitel 3.6).

Die Infothek wird laufend durch neue Informationsseiten erweitert. Hierzu werden Aktualitäten aufgegriffen oder Best-Practice-Unternehmen suchen mit der Geschäftsstelle aktiv den Kontakt, um ihr Beispiel in der Infothek zu platzieren.

Die Essenz der Infothek liegt im schnellen Finden der gesuchten Information. Eine kluge Einteilung der Informationsseiten in passende Suchfilter-Kategorien ist dafür unabdingbar. Die Kategorien müssen einer wachsenden Anzahl Informationsseiten bestehen. Der Schwerpunkt für 2011 soll im Herstellen eines verstärkten Branchenbezugs und der Konzentration der bestehenden Information liegen.

## 3.4 Französische Version

Die französische Version von Proofit ist seit Herbst 2009 aufgeschaltet. Die Infothek umfasst ca. 150 Beiträge. Der neue Efficheck in französischer Sprache ist im Dezember 2010 online gestellt sein. Promotionsaktionen sind im Laufe des Jahres gemeinsam mit der Groupe Romande der Öbu unternommen worden. Auch konnte die Plattform an diversen Drittanlässen (Bildungsanlässen) in der französischen Schweiz präsentiert und diskutiert werden.



## 3.5 Marketing und Kommunikation

Die Massnahmen, um Proofit bekannt zu machen, fokussierten dieses Jahr auf die Durchführung von Proofit Apéros). Zudem wurde, im Rahmen dieser Apéros, auf Medienarbeit gesetzt. Somit konnten einige Artikel in Fachzeitschriften generiert werden.

### **Proofit-Apéros**

Seit Januar 2010 fanden verteilt auf die Deutsch- und Westschweiz acht Proofit Apéros nach neuem Konzept statt. An den regionalen Informationsveranstaltungen war Proofit zu Gast bei einem nachhaltig erfolgreichen Unternehmen. Anhand dieses positiven Beispiels nachhaltigen Wirtschaftens wurde den anwesenden Gästen die Website präsentiert. An allen Veranstaltungen war auch ein Branchenverband mit einem Kurzreferat zu Nachhaltigkeit in KMU vertreten. Vertreter der EnAW (Energie Agentur der Wirtschaft) und der Klimastiftung zeigten deutlich auf, wie die Zusammenarbeit und die Anlässe, die in lockerer Atmosphäre stattfanden, endeten mit einem Apéro bei weiteren Vernetzungsgesprächen. Das Ziel von 10 bis 13 Apéros wurde nicht erreicht. Hingegen trat Proofit an diversen bestehenden Veranstaltungen, Weiterbildungen, Messen und Konferenzen auf, wie zum Beispiel sanu-Kursen, ZKB-Kaderanlass, Hochschule Yverdon, Groupe Romand, LifeFair, Mobilitätstagung Wädenswil, Plattform 10, Swiss Logistics Day ...

Die Einladungen zu den Proofit Apéros wurden jeweils an die ca. 3'500 Mailadressen der Öbu-Adress-Datenbank versandt. Zusätzliche Versände erfolgten über die lokalen Verbände / Vereine (Handels- und Industrievereine, Lokale Agenda Verantwortliche, Gemeinden, Interregionale Vereine).

Das anwesende Publikum setzte sich durchschnittlich zu etwa 40 Prozent aus VertreterInnen aus KMU zusammen. Gewisse Anlässe waren 2010 sehr gut besucht. Die durchschnittliche Besucherzahl konnte verdoppelt werden.

Wann	Wo / mit wem	TeilnehmerInnen
04.02.2010	JOMOS AG, Balsthal LA 21, IHV, Regio-Thal	170
11.02.2010	Hotel Greulich, Zürich Hotelpower	70
09.06.2010	Antalis, Lupfig Druckereiverbände VSD und viscom	60
23.09.2010	Jugendherberge, Basel Hotelleriesuisse	35
28.09.2010	Kurszentrum Boldern!, Männedorf Gewerbeverein Männedorf	25
03.11.2010	GRI mit Geberit, Zürich CSD, Sustainerv	55
11.11.2010	Auto Zürich, Zürich Erdgas Zürich	35
24.11.2010	WAGO CONTACT SA, Domdidier Standortentwicklung Murtensee (SEM)	50

Im Allgemeinen ist zu beobachten, dass die Apéros mehr Besuche auf der Website generieren. Sowohl die Anmeldungen für den Efficheck, als auch die Besucherzahlen verzeichnen in der Zeit zwischen dem Versenden der Einladung, dem Apéro und den darauf folgenden Tagen einen Anstieg.

Da an den Proofit Apéros 2010 vermehrt NutzerInnen und Multiplikatoren anwesend waren, gehen wir davon aus, dass die „Nachhaltigkeits-Szene“ nun vom Nutzen der Plattform weiss und durch Mund-zu-Mund-Propaganda ihren Beitrag an der Verbreitung von Proofit leistet. 2010 wurde die Zusammenarbeit mit dem lokalen Gewerbe gesucht und wenn möglich mit einem Akteur vor Ort durchgeführt. Die branchenspezifische und regionale Prägung macht den Proofit-Anlass zu etwas „Lokalem“ (mögliche Gefahr: die Marke „Proofit“ könnte verwässert werden – gerade in der Phase der ersten Positionierung keine vernachlässigbarer Faktor; andererseits werden KMU von „ihren“ Leuten angesprochen, den Anlass zu besuchen).

Als vorbildlicher Anlass gilt der Proofit Apéro in Balsthal,, Solothurn „Nachhaltig profitabel“ vom 4. Februar bei der Firma JOMOS AG: Zu diesem Anlass hatte die Wirtschaftsförderung Region Thal, der Industrie- und Handelsverein Thal-Gäu-Bipperamt und die Wirtschaftsförderung Solothurn eingeladen. Den ca. 170 anwesenden regionalen KMU (Schreiner, Bäcker, Maler, Sanitäre, Detailhändler, Restaurantbesitzer, lokale Klein-Filialen von Banken, usw.) wurden Proofit und ein Fachreferat zum Wirtschaftsvorteil bei nachhaltigen Wirtschaften präsentiert. Zwei Vertreter der Politik und der Handelsvertreter rundeten das Bild ab. Anschliessend folgte der Erfahrungsbericht zweier Unternehmer aus der Region (JOMOS AG, Balsthal und Bourquin SA, Oensingen), letztere ist dem Energie-Modell für KMU angeschlossen ist. JOMOS teilte die Proofit-Efficheck Ergebnisse. Eine Betriebsbesichtigung und Apéro förderten die Vernetzung der TeilnehmerInnen.

Eine Veranstaltung in diesem Rahmen hat einen sehr persönlichen Charakter, da sich das lokale Gewerbe untereinander gut kennt (Stichwort „Stammtisch“). Dies kann eine positive Dynamik auslösen und gibt den Anwesenden ein Grundvertrauen. Wenn dann noch ein Unternehmer aus den eigenen Reihen von seinen positiven Erfahrungen mit den Produkten berichtet, wird die Hemmschwelle weiter gesenkt.

### Medienarbeit

Das Medienecho von Proofit setzte sich 2009 u.a. aus folgenden Berichterstattungen zusammen:

3.8.2010	viscom print & communication Drucken im Klimawandel
3.11.2010	EV News zu NPO Coaching
4.11.2010	Viscom Online News zu Re-Launch Efficheck
4.11.2010	Swissmem Newsletter zu Re-Launch Efficheck
1.12.2010	Cleantech Alps Online Seite mit Newsletter

Eine Auswahl dieser Artikel ist auf <http://www.proofit.ch/de/ueber-proofit/medien/pressespiegel/> einsehbar.

Hinzu kommen diverse kurze Artikel auf verschiedenen Websites und in Newslettern (z.B. [www.pusch.ch](http://www.pusch.ch), [www.nachhaltigkeit.org](http://www.nachhaltigkeit.org), u.v.m.)

## 3.6 Club der ProofessorInnen

Im Jahr 2010 konnte der Club der ProofessorInnen ausgebaut werden. Die ProofessorInnen sind ein Gremium von freiwilligen, pensionierten Nachhaltigkeitsprofis, die Proofit mit ihrem Wissen und ihren Netzwerken aktiv unterstützen. Ende 2010 waren 20 ehemalige Energie- und NachhaltigkeitsexpertInnen aktiv dabei. Neu sind zwei Westschweizer Proofessoren im Aufnahmeprozess.

Die ProofessorInnen haben 2010 rund 200 Detailinformationsseiten gegengelesen, auf Richtigkeit und Aktualität geprüft und korrigiert. Der Schwerpunkt lag bei der Generierung von neuen Praxisbeispielen. Zudem haben sie beim Re-Launch des Effichecks 3.0 die branchenspezifischen Zusatzmodule kritisch getestet. Als BotschafterInnen von Proofit stellen die ProofessorInnen ihre Netzwerke zur Verfügung. Sie nahmen als Vertreter von Proofit an externen Veranstaltungen teil, besuchten regelmässig Proofit-Apéros und waren beim Forum ö 2010 mit dabei.

Zwei Treffen fanden 2010 statt.. Am ersten Treffen wurde über die Arbeit der ProofessorInnen mit dem Schwerpunkt mit den Themen "Verbreitung und Vermarktung diskutiert, Feedbacks ausgetauscht und neue Strategien besprochen. Anschliessend gab es einen Apéro zusammen mit dem Beirat im Restaurant Limmathof und einen Vortrag von Bruno Hohl zum Thema „Zürich unterwegs zur 2000-Watt-Gesellschaft“. Am zweiten Treffen in 2010 wurde die Grossbaustelle der Durchmesserlinie am Hauptbahnhof Zürich besichtigt und anschliessend im Restaurant Schipfe gearbeitet und angestossen.

Die Bereitschaft der ProfessorInnen, sich zu engagieren ist erfreulich hoch und die Qualität von Proofit konnte mit ihrer Hilfe gesteigert werden.

Eine Zusammenarbeit mit dem SSR (schweizerischen Seniorenrat) wurde aufgelegt und somit sollen die spezifischen Senioren-Medien als regelmässige News-Plattformen entwickelt werden. Anfang 2011 erscheinen dazu Artikel in 50plus, Blickwinkel (pro senectute) und auf der aktiv benutzten Website [www.seniorweb.ch](http://www.seniorweb.ch). Eine Eingabe für den Preis kreatives Alter ist geplant.

## 3.7 Beirat

Der Beirat als ein breit abgestütztes Gremium trägt die Informationsplattform Proofit und begleitet das Projekt auch in der Betriebsphase. Nach der erfolgreichen Lancierung von Proofit im Januar 2009, traf sich der Beirat im Juni 2010 wieder zu zwei Sitzungen. Dabei wurde über die strategische Ausrichtung von Proofit beraten. Ende 2010 waren dem Beirat 22 Personen angeschlossen (vgl. Kapitel 6).

## 4 Finanzieller Projektabschluss

Der finanzielle Abschluss 2010 umfasst den vom Jahresvertrag 2010 abgedeckten Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 31. Dezember 2010. In CHF inkl. MwSt.

<b>Mittel BFE</b>	<b>113'400</b>
<b>Mittel BAFU</b>	<b>75'600</b>
<b>Mittel SECO</b>	<b>50'000</b>
<b>Mittel ARE</b>	<b>20'000</b>
<b>Eigene Mittel der Agentur (Öbu)</b>	<b>200'000</b>
<b>Mittel Dritter</b> (in Form von Arbeitsstunden durch Beirat und Professoren oder finanziellen Beiträgen an Proofit-Apéros, u.ä.; geschätzt)	<b>100'000</b>
<b>Total</b>	<b>559'000</b>

Einen direkten Kosten-/Nutzenvergleich lässt sich bei einem Informationstool wie Proofit, wo eine direkte Wirkung nur schwer zu messen ist, kaum herleiten.

Mitte 2011 soll abgewogen werden, ob mit angemessenem Aufwand eine Zielgruppenbefragung durchgeführt werden soll. Auf dieser Grundlage könnte dann eine quantitative Abschätzung der energetischen Wirkungen nach den Standards der Wirkungsanalyse von EnergieSchweiz erfolgen.

## 5 Ausblick

Neben dem Betrieb und der Optimierung der Webseite sind für das Jahr 2011 vier Hauptaktivitäten geplant:

- Partnerschaften
- Regionale Informationsveranstaltungen (Unterstützung des KMU-Programms als nationale Koordinationsstelle)
- Erarbeitung zwei weitere Effi-check-Module (Wäscherei, ISO 14004)
- Erarbeitung einer Schulungsanwendung

2011 sollen Partnerschaften optimiert werden: Statt punktuelle Kontakte sollen längerfristige Zusammenarbeiten erzielt werden. Bis zum Ende des Berichtszeitraums konnte aus verschiedenen Gründen das Potenzial dieses Netzwerkes zu wenig ausgeschöpft werden. Hauptziele für 2011 sind darum die konsequente Ausschöpfung der bestehenden Partnerschaften – insbesondere im Bereich der Branchenorganisationen.

2010 soll die Plattform vor allem bei Schweizer KMU, aber auch in der Nachhaltigkeits-Szene weiter etabliert werden: Schweizer KMU mit 10 bis 500 Mitarbeitern (Haupt- und Nebenzielgruppe) sollen die Website als Angebot für einen einfachen Einstieg in das Themenfeld der betrieblichen Nachhaltigkeit kennen lernen und motiviert werden, die Website auch zu nutzen. Dies geschieht über proaktive Kommunikationsmassnahmen wie regionale Informationsveranstaltungen mit Profit-Beteiligung. Konkret sollen 2011 total 10 regionale Informationsveranstaltungen (Profit-Apéros) durchgeführt werden. Dabei ist eine gezielte Zusammenarbeit mit lokalen Gewerbeverbänden geplant. Im Februar 2011 fanden bereits zwei solche Veranstaltungen statt.

2011 sollen weiterer Branchenmodule beim Effi-checks entwickelt werden: Die zahlreichen positiven Feedbacks und die Diskrepanz zwischen hohen Besucherzahlen und tiefen Userzahlen zeigen, dass Handlungsbedarf besteht, um offensichtlich positives Potenzial zu nutzen und umzusetzen.

Der Effi-check soll 2011 mehr User erreichen und ansprechen. Ziel ist, dass die KMU, welche Profit besuchen, auch den Effi-check ausfüllen. Dabei stehen die Benutzerfreundlichkeit und die Ansprüche der User hinsichtlich Branchenbezug im Zentrum.

Fokus von 2011 soll die Erhöhung des Bekanntheitsgrads durch konsequente Medienarbeit sein. Profit ist qualitativ gut und muss im Markt bekannter werden. Die Einbindung mit den social media Applikationen wird als Standard-Kommunikation entwickelt.

## 6 Kontaktadressen, Gremien

### Beirat

Der Beirat ist ein breit abgestütztes, qualitativ erstklassig besetztes Gremium von derzeit 23 Personen (ohne Projektleitung). Er trägt inhaltlich zum Projekt bei und engagiert sich in der Vermarktung.

- Daniel Dähler, BKW FMB Energie AG
- Vincent Eckert, Klimastiftung

- Hans-Peter Egler, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
- Orlando Gehrig, hotelleriesuisse
- Ansgar Gmür, Hauseigentümergeverband Schweiz HEV
- Denise Guyer, Swisspower
- Rolf Hartl, Erdöl-Vereinigung EV
- Thomas Heim, Effizienzagentur Schweiz
- Jean-Marc Hensch, Verband der Schweizerischen Gasindustrie
- Bruno Hohl, ÖkoBusinessPlan, Amt für Umwelt und Gesundheit Stadt Zürich
- Hans-Peter Kaufmann, suissetec
- Dieter Kläy, Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation Viscom
- Bernhard Kuster, Gastrosuisse
- Hans Liechti, Schweizerischer Verband der Lebensmittel-Detaillisten Veledes
- Stefan Meyre, Elektrizitätswerke des Kantons Zürich EKZ
- Andreas Mörikofer, Bundesamt für Energie
- Mike Siering, Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein SIA
- Hans Kaspar Schiesser, Verband öffentlicher Verkehr VöV
- Henrique Schneider, Schweizer Gewerbeverband
- 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

Im Betriebsjahr 2011 wird der Beirat ProoFit weiterhin begleiten. Weiterhin sind mit den im Beirat vertretenen Institutionen Aktivitäten zur Verbreitung der Plattform geplant.

### **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. Daneben wird die POL die Erfolgskontrolle über die Wirkung von ProoFit einfordern. Mitglieder sind (Stand 31. Dezember 2010):

- Sabina Döbeli, Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Hans-Peter Egler, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
- Gabi Hildesheimer, Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Andreas Mörikofer, Bundesamt für Energie BFE
- Daniel Wachter, Bundesamt für Raumentwicklung ARE
- Sabine Ziegler, Öbu Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- Daniel Zürcher, Bundesamt für Umwelt BAFU

### **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 Öbu (Projektleiterin)
- Sabina Döbeli, Co-Geschäftsleiterin Öbu (stv. Projektleiterin)
- Sabine Ziegler, Projektleiter Öbu (stv. Projektleiter)
- Gaëlle Logeay, Projektleiterin Öbu (Romandie, Infothek)
- Barbara Beckmann, Projektleiterin Öbu (Club der ProfessorInnen)

Die Profit Geschäftsstelle befindet sich bei der Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften:

Profit  
c/o Öbu – Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften  
Uraniastrasse 20  
8001 Zürich

Tel. 044 364 37 38

Fax 044 364 37 11

info@profit.ch

www.profit.ch