

Mai 2003

# **Begleitgruppe Evaluation**

## Jahresbericht 2002

**Autoren:**

Dr. Maya Jegen

Lorenz Frey-Eigenmann

**Begleitgruppe Evaluation:**

Prof. Dr. Peter Knoepfel (Präsident), IDHEAP, Lausanne

Dr. Andreas Balthasar, Interface, Luzern

Dr. Hanspeter Eicher, Eicher + Pauli AG, Liestal

Lorenz Frey-Eigenmann, Federas AG, Zürich

Dr. Maya Jegen, BFE, Bern

Dr. Hans-Luzius Schmid, BFE, Bern

Peter Stucki, Energiefachstelle BL, Liestal

Jean-Luc Zanasco, Genève (bis Februar 2003)

**EnergieSchweiz**

Bundesamt für Energie BFE, Worblentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern  
Tel. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · office@bfe.admin.ch · www.energie-schweiz.ch

# 1 Einleitung

Mit dem Programmstart von EnergieSchweiz wurden Anpassungen in der Evaluationsplanung vorgenommen. Dazu gehört die Unterscheidung von strategischen und punktuellen Evaluationen: Strategische Evaluationen befassen sich mit grundsätzlichen energiepolitischen Fragestellungen, während punktuelle Evaluationen sich auf kleinere, problemspezifische Analysen konzentrieren. Strategische Evaluationen werden von der Begleitgruppe Evaluation in einer mehrjährigen Evaluationsstrategie festgelegt; punktuelle Evaluationen werden durch internen Handlungsbedarf vom Programmleiter ausgelöst.

Gemäss ihrem Auftrag konzentriert sich die BG Evaluation auf die Initialisierung und Begleitung von strategischen Evaluationen. Bis Juni 2002 konnten drei strategische Evaluationen abgeschlossen werden:

- Die Evaluation der Netzwerke von EnergieSchweiz
- Die Erklärung der kantonal unterschiedlichen Energiekennzahlen von Neubauten
- Die Einbettung von EnergieSchweiz in die Verkehrspolitik des Bundes

Gemäss ursprünglichem Evaluationsplan war für das Jahr 2003 die Initialisierung von vier weiteren strategischen Evaluationen geplant. Die laufend stattfindende Überprüfung des Evaluationsplans hat allerdings zur Verlagerung weiterer strategischer Evaluationen in das Jahr 2004 geführt: Somit ist die bessere Abstimmung auf die Laufzeit bzw. den Stand einzelner Massnahmen und Aktivitäten sowie die Abstimmung mit parallel laufenden Untersuchungen gewährleistet.

Im Berichtsjahr wurden die folgenden fünf punktuellen Evaluationen von der Programmleitung initiiert:

- Analyse der Kommunikationsstrategie und einzelner Kampagnen von EnergieSchweiz
- Evaluation der Wirkung von Simulator-Demonstrationsfahrten sowie des Eco-Trainings im Rahmen der Neulenker-Ausbildung
- Evaluation ENET
- Evaluation der Wirkungsanalyse des Labels „Energistadt“
- Evaluation der Wirkung des GEEA Energy-Label für Warmwasserkomponenten

Ausser der Evaluation des Labels "Energistadt" wurden bis Mitte Jahr alle Evaluationen abgeschlossen.

Eine systematische Planung von punktuellen Evaluationen ist bisher ausgeblieben. Im Sinne eines optimalen Einsatzes knapper Mittel wird eine zukünftige Aufgabe darin bestehen, Kriterien für den Entscheid zur Unterstützung punktueller Evaluationen festzulegen.

Aus den abgeschlossenen Evaluationen können die folgenden generellen Schlussfolgerungen gezogen werden:

- Wie die vertiefte Analyse der kantonalen Unterschiede der durchschnittlichen Energiekennzahlen von Neubauten zeigt, haben gesetzliche Massnahmen einen deutlichen Einfluss auf den Energieverbrauch. Trotz einheitlicher Vorschriften innerhalb eines Kantons ergeben sich sehr starke Unterschiede zwischen einzelnen Gebäuden. Damit kommt der Beeinflussung des Benutzerverhaltens eine hohe Bedeutung zu.

- Die Ziel-Mittel-Relation des Programms EnergieSchweiz ist in „Schieflage“. So zeigt bspw. die Untersuchung der Kommunikationsstrategie, dass die verfügbaren Mittel für die geplanten Kommunikationsmassnahmen für eine nachhaltige Wirkung höher sein sollten. Grundsätzlich kann dies durch einen effizienteren Mitteleinsatz, eine Anpassung der Ziele oder eine Erhöhung der Ressourcen korrigiert werden.
- Die vorhandenen Mittel müssen noch stärker fokussiert werden. Dies zeigen die Untersuchungen der Netzwerke sowie der Einbettung der Energie in die Verkehrspolitik. Das BFE ist aufgrund seiner beschränkten personellen und finanziellen Ressourcen gefordert, noch stärker Prioritäten zu setzen. Gerade bei knappen Mitteln ist eine Verzettelung zu vermeiden.
- Die Unterstützung von freiwilligen Aktivitäten durch EnergieSchweiz hat eine zentrale Bedeutung. Die Analyse der bisherigen Unterstützung der Netzwerke zeigt, dass diese ohne das Programm nicht die gleiche Wirkung erzielen würden, d. h. nicht zu „Selbstläufern“ geworden sind. Auch die Analyse der Kommunikationsstrategie bestätigt, dass die Erzielung von Wirkungen Zeit und Kontinuität braucht.

## 2 Evaluationsergebnisse

### 2.1 Strategische Evaluationen

#### 2.1.1 Die Evaluation der Netzwerke von EnergieSchweiz

EnergieSchweiz unterstützt heute sieben Netzwerke in den Bereichen Sonne, Holz, Wärmepumpen, Wind, Geothermie, Kleinwasserkraftwerke und Biomasse. Die ersten drei wurden bereits 1994 im Rahmen von Energie 2000 gegründet, die anderen vier sind später hinzugekommen. Angesichts der strategischen Bedeutung des Einsatzes von privaten Organisationen und Agenturen im Rahmen von EnergieSchweiz sollten die Wirkungen der unterstützten Netzwerke evaluiert werden – bei den bereits länger bestehenden Netzwerken interessierte insbesondere, wie sich die Netzwerke entwickelt haben und inwieweit sie durch die Unterstützung des Bundes „Selbstläufer“ geworden sind.

Die Analyse umfasst fünf Schritte: Aufbau und Entwicklung der Aktivitäten der Netzwerke, die Netzwerkanalyse, die Beurteilung der Marketingkonzeption, die Beurteilung der Wirkung der Information und Beratungstätigkeiten sowie die Schlussfolgerungen und Empfehlungen.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass sich der Netzwerkansatz in den Bereichen Wärmepumpen, Sonne, Holz, Biomasse grundsätzlich bewährt hat. Keines der Netzwerke wurde allerdings zum „Selbstläufer“. Hingegen ist der Ansatz in den Bereichen Wind und Geothermie weniger geeignet, weil es sich um Anlagen und einzelne Objekte gruppierte Interessengruppen handelt. Auch bei den Kleinwasserkraftwerken sind andere Ansätze erfolgsversprechender, dies insbesondere aufgrund der nur beschränkt vorhandenen Ressourcen.

Die Agentur für erneuerbare Energie AEE hat sich noch nicht ausreichend etabliert. Neben erreichten Erfolgen fehlt es der AEE teilweise an Akzeptanz bei den Netzwerken, was sich negativ auf das gemeinsame Dachmarketing auswirkt. Zudem ist es ihr nicht gelungen, sich als Scharnier zu den Kantonen zu etablieren. Auch die Führungsrolle des BFE ist zu überdenken. Die Führungsinstrumente sind zu vereinheitlichen, und die Rolle des BFE ist - zwischen Kontrollfunktion und operativer Tätigkeit – zu klären.

Die Befragung der Zielgruppen zeigt, dass die Netzwerke bei den Mittlern (Planern, Installateuren usw.) einen grossen Bekanntheitsgrad aufweisen und die Dienstleistungen der Netzwerke auch genutzt werden. Gelingt es den Netzwerke auch Endkunden zu erreichen, begünstigen sie den Kaufentscheid zugunsten erneuerbarer Energien. Hingegen ist die Reichweite bei Endkunden sehr gering; erreicht werden in erster Linie umweltpolitisch sensibilisierte Kunden.

Beim Marketing liegen die Schwächen insbesondere auf der Ebene der Konzepte: So ist etwa eine stärkere Fokussierung auf Zielgruppen oder das Zusammenlegen von Kampagnen zu prüfen, welche sich an Gebäudebesitzer richtet.

### 2.1.2 Erklärung der kantonalen Unterschiede von Energiekennzahlen bei Neubauten

In einer Studie von Wüest und Partner wurde der Energieverbrauch für Neubauten im Bereich Wohnen in 14 Kantonen erhoben. Die mittlere Energiekennzahl Wärme lag im untersuchten Sample je nach Kanton zwischen 307 und 555MJ/m<sup>2</sup>a; das deutlichste Gefälle ergab sich zwischen der Ostschweiz einerseits und der West- bzw. Südschweiz andererseits. Neben der Überprüfung dieser Ergebnisse sollte ermittelt werden, welche Faktoren die statistisch signifikanten Unterschiede der Energiekennzahlen erklären können.

Die Untersuchung umfasst folgende Teilanalysen: Auswertung bisheriger Arbeiten zur Vollzugsqualität, Sekundäranalyse der Datensätze von Wüest&Partner, Befragung von Vertretern der kantonalen Energiefachstellen, Durchführung einer Längsschnittanalyse bei Neubauten im Kanton NE, Durchführung einer Querschnittsanalyse mit Objektbegehungen in den Kantonen TG und VD sowie Vergleich des durchschnittlichen Wasserverbrauchs mit der Energiekennzahl.

Die Abweichungen werden durch hauptsächlich durch folgende Faktoren erklärt:

- Die gesetzlichen Anforderungen im Bereich Wärmeschutz haben einen signifikanten Einfluss auf die EKZ von Neubauten
- Beim Benutzerverhalten bestehen starke regionale Unterschiede.
- Die gesetzlichen Anforderungen bei der Haustechnik werden regional unterschiedlich erfüllt.

Auffallend ist, dass die EKZ der einzelnen Bauten innerhalb der Kantone sehr stark variieren und sich um einen Faktor 3 unterscheiden. Die Untersuchung empfiehlt entsprechend eine Strategie, mit der einerseits das durchschnittliche Niveau der EKZ von Neubauten gesenkt und andererseits Gebäude mit hoher EKZ innerhalb eines Kantons eliminiert werden sollen.

### 2.1.3 Die Einbettung von EnergieSchweiz in die Verkehrspolitik des Bundes

Insgesamt macht der Verkehr einen Drittel des gesamten Energieverbrauchs in der Schweiz aus – zudem wird mit einem weiteren starken Anstieg gerechnet. Das Programm EnergieSchweiz hat nur bescheidene direkte Einflussmöglichkeiten auf den Energieverbrauch im Verkehr. Die Untersuchung sollte deshalb der Frage nachgehen, welchen Stellenwert das Themenfeld „Energie und Verkehr“ in den Strategien des Bundes, des UVEK und seiner Ämter hat und wie das Thema Energie besser in die Verkehrspolitik eingebettet werden könnte.

Da Vorgehen der Untersuchung gliedert sich in zwei Phasen. In der ersten Phase wurde mittels Interviews und Dokumentenanalysen überprüft, wie das Thema „Energie und Verkehr“ in den übergeordneten Strategien berücksichtigt wird, ob eine adäquate Umsetzung in den Amtspolitiken erfolgt, wie die Umsetzung dieser strategischen Vorgaben im politischen Alltag verläuft und welche Ressourcen den Ämtern dazu zur Verfügung stehen. In der zweiten Phase wurde anhand von drei konkreten Fallbeispielen untersucht, ob, wann und wie das Thema Energie in die jeweiligen Programme oder Projekte eingeflossen ist.

Zusammenfassend kommen die Evaluatoren zum Ergebnis, dass die Verkehrsämter dem Thema „Energie und Verkehr“ direkt keinen hohen Stellenwert geben und sie durch die übergeordnete Strategie auch nicht dazu angeregt werden. Die Verbrauchsziele von EnergieSchweiz sind für die Verkehrsämter abstrakt geblieben, quantitative Ziele existieren nicht. Auf der anderen Seite hat sich gezeigt, dass das BFE die Möglichkeiten der verwaltungsinternen Einflussnahme zu wenig nutzt, z.T. aber auch nicht über ausreichende Ressourcen verfügt, um neben den bestehenden Aufgaben auf andere Ämter einzuwirken. Die Autoren empfehlen deshalb, eine Gesamtstrategie „Energie und Ver-

kehr“ zu entwickeln und allen UVEK-Ämtern einen Energieauftrag zu erteilen. Zudem solle das BFE seine Kompetenzen im Themenfeld „Energie und Verkehr“ stärken und vermehrt Einfluss auf andere Ämter ausüben.

## 2.2 Punktuelle Evaluationen

### 2.2.1 Analyse der Kommunikationsstrategie und einzelner Kampagnen von EnergieSchweiz

Die Kommunikation der Botschaften von EnergieSchweiz erfolgt sowohl auf der Ebene der einzelnen Kampagnen als auch im Rahmen der sogenannten Dachkommunikation von EnergieSchweiz. Einen zentralen Bestandteil der Dachkommunikation bilden verschiedene, wechselnde Kommunikationsschwerpunkte. Ziel der Untersuchung war es, die bisherigen Kommunikationsschwerpunkte aus kommunikationsspezifischer Sicht zu analysieren und die Synergien und Abhängigkeiten zwischen den Kommunikationsschwerpunkten und der Dachmarke „EnergieSchweiz“ zu untersuchen.

Zentrales Element der Untersuchung war ein Vergleich (Benchmark) mit drei öffentlichen Informationskampagnen aus anderen Politikfeldern. Ebenfalls einbezogen wurden die Ergebnisse von verschiedenen Publikumsbefragungen.

Aufgrund des Vergleichs mit anderen Kampagnen der öffentlichen Hand ziehen die Evaluatoren u.a. den Schluss, dass bei der Kampagne „energieEtikette Haushaltgeräte“ die Problemanalyse in der Vorbereitungsphase zu wenig detailliert ausfiel und die Kampagnendauer von 6 bis 8 Monaten als zu kurz einzustufen ist. Gemäss den Autoren befindet sich die Dachmarke Energie Schweiz in der Aufbauphase, entsprechend wird davon ausgegangen, dass die Dachmarke für die einzelnen Kommunikationsschwerpunkte erst einen beschränkten Nutzen bringt. Dagegen hat die Analyse gezeigt, dass die bisherigen Kommunikationsschwerpunkte nur beschränkt zur Erhöhung der Bekanntheit der Dachmarke beigetragen haben: Nur ein kleiner Teil der Personen hat wahrgenommen, dass (auch) EnergieSchweiz hinter dem Kommunikationsschwerpunkt steht.

Insgesamt wird darauf hingewiesen, dass neben der Bekanntheit die hohe Glaubwürdigkeit – nicht zuletzt auch Eindeutigkeit - der Trägerschaft von zentraler Bedeutung für den Erfolg von öffentlichen Informationskampagnen ist. Die unscharfe Kommunikation sowie die unterschiedlichen Wahrnehmungen hinsichtlich der z.T. verschiedenen Ziele von EnergieSchweiz und BFE sind diesbezüglich ein Problem.

### 2.2.2 Evaluation ENET

ENET dient dem Informationsaustausch und Wissenstransfer im Bereich der Energieforschung, -entwicklung und -demonstration der öffentlichen Hand. ENET verfügt über verschiedene Informationskanäle: die vierteljährlich erscheinende Zeitschrift ENET-News, eine Homepage mit Publikationsdienst, News-Ticker-Service usw., Organisation von Veranstaltungen, Platzierung von Artikeln in Fach- und Tageszeitschriften.

Mit der Evaluation ist das Angebot und die Qualität der ENET-Dienstleistungen zu prüfen: Ist das Angebot bei den verschiedenen Zielgruppen bekannt, entspricht es den Erwartungen und Bedürfnissen der Benutzer? Inwieweit wurden die Empfehlungen der Evaluation von 1995 aufgenommen? Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit Bereichs- und Programmleitern? Wie sieht das Kosten-Nutzen-Verhältnis bei den verschiedenen Dienstleistungen aus?

Aus kommunikationsspezifischer Sicht stellen die Evaluatoren fest, dass das Angebot von ENET gross und der Informationsfluss regelmässig ist. Mit den verschiedenen Kommunikationsinstrumenten können die unterschiedlichen Zielgruppen erreicht werden. Während die ENET-News auf ein insgesamt positives Echo stossen, ist die Bilanz für die Internet-Dienstleistungen kritischer: Die Struktur und Iden-

tität des Absenders der Information bleibt diffus und die Möglichkeiten der modernen Kommunikation werden nicht ausreichend genutzt. Mit der starken Ausrichtung auf die Deutschschweiz werden die Bedürfnisse der Westschweiz teilweise vernachlässigt. Bei der Kosten-Nutzen-Analyse fällt die mangelnde Transparenz bei den Kosten sowie z.T. fehlende (quantitative) Ziele auf, was eine detaillierte Analyse verunmöglicht.

### **2.2.3 Evaluation der Wirkung von Simulator-Demonstrationsfahrten sowie des Eco-Trainings im Rahmen der Neulenker-Ausbildung**

Der Treibstoffverbrauch von Motorfahrzeugen kann mit der Eco-Drive-Fahrweise gesenkt werden. Die Quality Alliance Eco-Drive versucht mit verschiedenen Ansätzen, Autofahrer zu einer sparsamen Fahrweise zu bewegen. In der Evaluation wurden zwei dieser Ansätze untersucht: Zum einem wurde die Wirkung von Simulator-Demonstrationsfahrten evaluiert, zum anderen die Wirkung von Eco-Trainings im Rahmen von Neulenker-Ausbildungen.

Die erste Teilevaluation soll klären, ob die Senkung des Treibstoffverbrauchs durch Demonstrationsfahrten am Simulator mit kurzer Instruktion zur Fahrtechnik und Fahrt auf dem Simulator, d.h. mit geringem Schulungsaufwand, erzielt werden kann.

Am Fahrsimulator werden u.a. Treibstoffverbrauch und Geschwindigkeit erfasst. Wird die Geschwindigkeit durch den Treibstoffverbrauch dividiert, ergibt sich die so genannte Eco-Zahl. Je höher diese liegt, desto Treibstoff sparender ist die Fahrweise (unter Berücksichtigung allfälliger Änderungen der Geschwindigkeit). Die Evaluatoren stellen nach Kurz-Instruktionen am Simulator kurzfristig eine Erhöhung der Eco-Zahl um 15 Prozent fest. Somit ist der Effekt gleich gross wie bei deutlich länger dauernden Eco-Drive-Kursen. Ausser der Instruktion führen der Gewöhnungseffekt am Simulator sowie Hinweise auf dem Simulatorbildschirm zu Drehzahl und Geschwindigkeit zu erhöhten Eco-Zahlen. Wie Nachmessungen im Abstand von 6-8 Monaten zeigen, ist der Lerneffekt nachhaltig.

Die zweite Teilevaluation untersucht das Eco-Training im Rahmen der Neulenker-Ausbildung. Dabei wird Wissen, Fahrverhalten und Treibstoffverbrauch von Neulenkerinnen und Neulenkern mit Eco-Training mit dem Wissen, Fahrverhalten und Treibstoffverbrauch einer Kontrollgruppe von Neulenkerinnen und Neulenker ohne Eco-Trainings verglichen. Dabei zeigt sich kein statistisch relevanter Unterschied zwischen den beiden Gruppen und zwar weder beim Treibstoffverbrauch noch bei der Geschwindigkeit und der Eco-Zahl.

Im Vergleich zu Personen mit langjähriger Fahrpraxis zeigen Neulenkerinnen und Neulenker - mit und ohne Eco-Training - am Fahrsimulator eine Treibstoff sparendere Fahrweise, allerdings nur bei der ersten Fahrt an diesem Gerät. Bei nachfolgenden Fahrten ergeben sich keine statistisch signifikanten Werte zwischen den Gruppen. Die Evaluatoren vermuten, dass bei den vorwiegend jungen Neulenker/innen die Gewöhnungszeit an den Simulator kürzer ist als bei (älteren) Personen mit längerer Fahrpraxis.

### **2.2.4 Evaluation der Wirkung des GEEA Energy-Labels für Warmwasserkomponenten**

Das GEEA Energy-Label für Warmwasserkomponenten (Duschbrausen, Armaturen, Durchflussbegrenzer) wird seit Sommer 2000 verwendet. Entsprechend gekennzeichnete Produkte sollen mit einer Wassersparfunktion dazu beitragen, dass weniger Warmwasser verbraucht wird. Die Kriterien für das Label wurden vom BFE mit der Branche und der Zulassungsstelle des Schweizerischen Vereins des Gas- und Wasserfachs (SVGW) definiert. Im Warmwasserprogramm 1999-2003 hat das BFE energiesparende Komponenten zu einem Schwerpunkt gemacht und stützt sich dabei auf das GEEA Energy-Label. Ziel der Evaluation ist, die Outcomes und Impacts des Energy-Labels für Warmwasserkomponenten zu analysieren. Neben dem Nutzen aus energetischer Sicht sind die Verhaltensänderungen bei den Zielgruppen – Komponentenherstellern, Kunden – zu untersuchen.

Methodisch basiert die Untersuchung auf Experteninterviews und der Befragung von Sanitären, Architekten, privaten Wohneigentümern und Fachmarktkunden.

Die Evaluatoren empfehlen die Weiterführung des Labels: Dieses habe das Sortiment in Richtung energiesparende Warmwasserkomponenten beeinflusst, ermögliche eine klare Kennzeichnung sparsamer Produkte und diene als Kommunikationsgrundlage zur Förderung eines energiesparenden Umgangs mit Warmwasser. Des beschränkten Budgets wegen stellen die Autoren die Bearbeitung der Angebotsseite in den Vordergrund. Hersteller, Grosshandel und Grossverteiler können aufgrund ihrer geringen Zahl sehr effizient und direkt bearbeitet werden. Daneben sollen primär Sanitäre und Planer - welche den Markt nicht unwesentlich beeinflussen - gezielt mit Veranstaltungen und Informationen verstärkt unterstützt werden.

## 3 Laufende Evaluationen

### 3.1 Punktuelle Evaluationen

#### 3.1.1 Evaluation der Wirkungsanalyse des Labels Energiestadt

Das Label Energiestadt ist ein Leistungsausweis für eine konsequente Energiepolitik auf Gemeindeebene. Die Auszeichnung stützt sich auf einen standardisierten Massnahmenkatalog mit über 90 Massnahmen aus sechs Bereichen. Eine Gemeinde erhält das Label, wenn sie mindestens 50% der möglichen Massnahmen realisiert hat. Als eine von EnergieSchweiz unterstützte Massnahme wird auch „Energiestadt“ der jährlichen Wirkungsanalyse unterzogen. Deren Massnahmen sind aber nur bedingt quantifizierbar, so dass Orientierungsgrössen definiert werden müssen. Ziel der Evaluation ist es, die bestehende Wirkungsanalyse zu prüfen und Empfehlungen für allfällige Verbesserungen zu formulieren. Die gewählten Orientierungsgrössen sind zu plausibilisieren und im Vergleich mit anderen Massnahmen zu präzisieren. Einzuschliessen sind sowohl einzelne Instrumente wie auch zusammen wirkende Instrumente. Ebenfalls sollen Mitnahme- und Selbstläufereffekte berücksichtigt werden.

Diese Evaluation wird in Abstimmung mit dem Trägerverein Energiestadt durchgeführt, welcher mit Blick auf die CO<sub>2</sub>-Deklaration für Gemeinden dabei ist, die energetische Wirkungen des Labels empirisch zu ermitteln. Die Evaluation wird anfangs 2004 abgeschlossen.

## 4 Umsetzung von Evaluationsergebnissen

Die Sektion PC führte eine Umfrage betreffend der Umsetzung von Evaluationsempfehlungen durch. Die Umfrage zeigt, dass die Empfehlungen mehrheitlich aufgenommen und umgesetzt worden sind (Evaluation des Informationssystems, Meta-Evaluation, Evaluation der Wirksamkeit und der Wirkung der Mindestanforderungen für Warmwassererwärmer, Warmwasser- und Wärmespeicher gemäss EnV, Evaluation der Eco-Drive-Kurse, Evaluation BO komplexe Anlagen, Evaluation der Forschungsbereiche „Feuerung und Verbrennung“ und „Rationelle Energienutzung in Gebäuden“, Evaluation der energetischen Wirkungen der Luftreinhalteverordnung).

## 5 Ausblick

Die strategischen Aktivitäten für das Jahr 2004 werden im 4. Quartal dieses Jahres unter Berücksichtigung des Standes der Budgetdiskussion von EnergieSchweiz festgelegt. Gemäss aktuellem Planungstand steht für das Jahr 2004 die Realisierung von drei neuen strategischen Evaluationen im Vordergrund:

- Die Evaluation der energieEtikette für Haushaltgeräte: Im Zentrum steht eine Gesamtwürdigung der bisherigen Wirkungen der energieEtikette unter Berücksichtigung der bereits parallel laufenden Analysen. Insbesondere sollen dabei auch die Wirkungszusammenhänge von der Kommunikation über den Verkaufspunkt bis zur Beeinflussung des Energieverbrauchs untersucht werden.
- Eine Evaluation im Gebäudebereich. Da diese Evaluation den Kompetenzbereich der Kantone betrifft, wird der konkrete Inhalt dieser Evaluation in Absprache mit den Kantonen und unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Seminars „Erfolgskontrolle der kantonalen Energiepolitik“ vom August 2003 festgelegt.
- Eine Evaluation zu Konzept, Umsetzung und Wirkung des Controllings von EnergieSchweiz. Mögliche Elemente dieser Analyse sind die Beurteilung des Controlling-Konzepts, eine Stärken- und Schwächen-Analyse der Umsetzung sowie eine Analyse der Wirkungen des Controllings.

Weitere in Planung stehende Themen sind u.a. die Funktionsweise und Wirkung der Vereinbarung mit der Energieagentur, die Aktivitäten zur Erreichung der freiwilligen Vereinbarung zur Reduktion des spez. Treibstoffverbrauchs von Personenwagen sowie die Wirkung der Warendeklaration bei Personenwagen.

## 6 Kontaktadressen

### Externer Evaluationsberater:

Lorenz Frey-Eigenmann  
Federas Beratung AG  
Mainaustrasse 30  
Postfach  
8034 Zürich

[lorenz.frey-eigenmann@federas.ch](mailto:lorenz.frey-eigenmann@federas.ch)

Tel. 01 388 71 81

Fax 01 388 71 80

### Verantwortliche BFE:

Dr. Maya Jegen  
Bundesamt für Energie BFE  
Sektion Energiepolitik  
3003 Bern

[maya.jegen@bfe.admin.ch](mailto:maya.jegen@bfe.admin.ch)

Tel. 031 323 22 41

Fax 031 323 25 00

### EnergieSchweiz

Bundesamt für Energie BFE, Worblentalstrasse 32, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern  
Tel. 031 322 56 11, Fax 031 323 25 00 · [office@bfe.admin.ch](mailto:office@bfe.admin.ch) · [www.energie-schweiz.ch](http://www.energie-schweiz.ch)