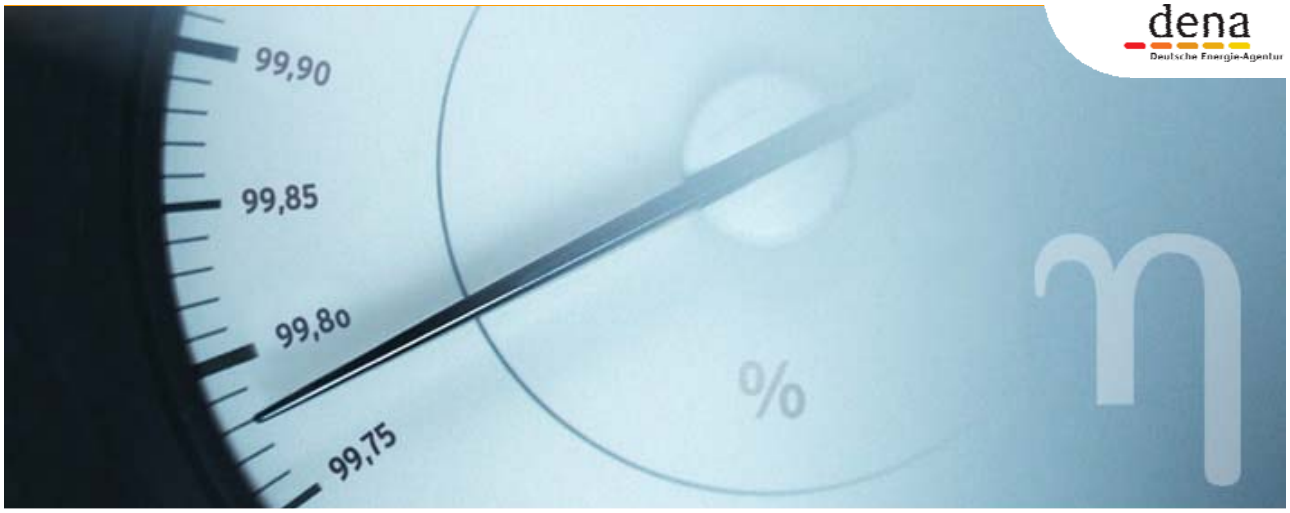
Stephan Kohler

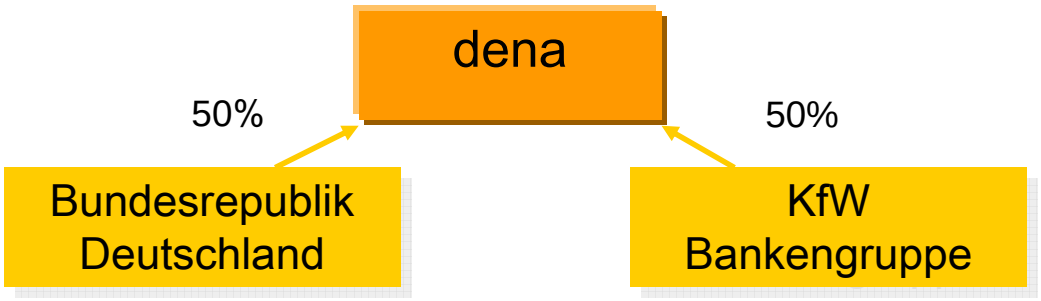
Präsentation für die Energiegespräche

Wien, 29.11.2005



Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena).

Die Gesellschafter der Deutschen Energie-Agentur GmbH.



- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

Geschäftsführung: Stephan Kohler

Der Aufsichtsrat der dena.

Vorsitzender:
- Wolfgang Clement
  Bundesminister a.D.

Stellvertreter:
- Detlef Leinberger
  Vorstandsmitglied der KfW Bankengruppe
- Dr. Tessen von Heydebreck
  Vorstandsmitglied der Deutschen Bank
- Wolfgang Kroh
  Vorstandsmitglied der KfW Bankengruppe
- Dr. Manfred Stolpe
  Bundesminister a.D.
- Jürgen Trittin
  Bundesminister a.D.

Die Kompetenz- und Handlungsfelder der dena.

Initiative EnergieEffizienz

Kurzdarstellung

Das inhaltliche Konzept.

Initiative EnergieEffizienz – Projektträger und Förderer.

INITIATIVE EnergieEffizienz

Eine gemeinsame Initiative von:

dena Deutsche Energie-Agentur · EnBW · e·on · RWE · VATTENFALL · Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Initiative EnergieEffizienz – Dachmarke und Aktionsplattform.

Aktivitäten der Dachmarke.

Informationsangebot zur effizienten Stromnutzung:

- Übergeordnetes Internetportal.
- Netzwerk-Kommunikation (z.B. Newsletter, Diskussionsforen etc.) für Fach-Zielgruppen und Multiplikatoren (Politik, Wirtschaft, Verbände).
- Allgemeine PR (Pressearbeit, Veranstaltungspräsentationen etc.).

Jahresveranstaltung der Projektträger:

- Jährliche Veranstaltung als hochkarätiger Event.
- Zielgruppe: politische Entscheidungsträger, Journalisten, weitere Multiplikatoren und Fach-Zielgruppen.

Aktionsbereich „private Haushalte“.

Der Schwerpunkt der Aktivitäten liegt auf dem Aktionsbereich „private Haushalte“

Leitprojekt: Kampagne „Effiziente Stromnutzung in privaten Haushalten“.

- Breitenwirksame Informationsmaßnahmen für Endverbraucher (Händler- und Beratungs-Netzwerk, Pressearbeit, Aktionswellen, ggf. Werbemittelschaltung, Angebote für die Zielgruppe Jugendliche).
- Design-Wettbewerb „lichtwert“.
- Dialog „Energieeffizienz & Unterhaltungselektronik“ in Zusammenarbeit mit der Geräteindustrie.

Aktionsbereich „private Haushalte“.

Der Schwerpunkt der Aktivitäten liegt auf dem Aktionsbereich „private Haushalte“

Kampagne „Effiziente Stromnutzung in privaten Haushalten“/ Aktivitäten 2005/2006:

- Presse- und Medienarbeit.
- Verbraucheransprache über Händler- und Beratungs-Netzwerk.
- Aktionswochen mit Partner-Unternehmen (z.B. IKEA Dez. 2005).
- Internet-Wettbewerb für Jugendliche.

Aktionsbereich „Industrie & Gewerbe“.

Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Förderung von Innovations-prozessen. Kapitalrendite im Fokus!

Leitprojekt: Kampagne „Effiziente Stromnutzung in Industrie & Gewerbe“:

- Initiative *Energieeffiziente Systeme in Industrie & Gewerbe* gemeinsam mit VDMA sowie mindestens sechs Partnerunternehmen.
- Informationsangebot „Druckluftsysteme“.
- Informationsangebot zu Referenzprojekten für Energieeffizienz in der Industrie.

Aktionsbereich „Industrie & Gewerbe“.

Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Förderung von Innovations-prozessen. Kapitalrendite im Fokus!

Aktuelle Planungen 2005/2006:

- Kontinuierliche Presse- und Medienarbeit.
- Umsetzung von Initialberatungen und vertiefenden Energieanalysen für Pumpenanwendungen in Industrie und Gewerbe.
- Aufbau des Arbeitsfelds „Lüftungstechnik / Ventilatorensysteme“.
- Vertrieb von Fachinformationen zu den Themen Pumpen-, Ventilatoren- und Druckluftsysteme.
- Internetbasiertes Informationsangebot zu Referenzprojekten.

Aktionsbereich „Dienstleistungssektor“.

Erschließung von Stromeffizienz-potentialen in Nicht-Wohngebäuden.

Leitprojekt: Kampagne „Effiziente Stromnutzung im Dienstleistungssektor“:

- TopTen – internetbasierte Auswahlhilfe für energieeffiziente Bürogeräte.
- Informationsangebot für die institutionelle Beschaffung von Bürogeräten (Effizienzkriterien, Leitfäden, Infoveranstaltungen etc.) mit einem besonderen Fokus auf den Bereich der öffentlichen Beschaffung.
- Ausbau des Themenspektrums: Beleuchtung, Klimatisierung, Maßnahmen zur Nutzermotivation u.ä.

Aktionsbereich „Dienstleistungssektor“.

Erschließung von Stromeffizienz-potentialen in Nicht-Wohngebäuden.

Planung 2005/2006 (zusätzliche Aktivitäten):

- Umsetzung gemeinsamer „Stromeffizienz-Aktionswochen“ mit der Deutschen Bank (Nov./Dez. 2005).
- Entwicklung bedarfsgerechter Angebote zur Mitarbeiter-Motivation am Arbeitsplatz und Umsetzung mit großen Dienstleistungsunternehmen (z.B. T-Com).

Das Marketing-Konzept.

Integrierte Kommunikation – Marketing für Energieeffizienz.

Die *Initiative EnergieEffizienz* greift grundsätzlich auf folgende Kommunikationsinstrumente zurück:

- Corporate Design inkl. Logo & Claim („EnergieEffizienz lohnt sich“) und Definition von Farb- und Bildwelten.
- Entwicklung und Vertrieb hochwertiger Informationsangebote als Printmaterialien, Internetangebote und Presseinformationen.
- Vertrieb von Materialien, zielgruppenkonkrete PR-Aktivitäten sowie Presse- und Medienarbeit stehen im Mittelpunkt der Marketingaktivitäten.
- Klassische Werbekommunikation (Anzeigen u.ä.) wird ergänzend eingesetzt.

Integrierte Kommunikation – Marketing für Energieeffizienz.

Die Informationsangebote der *Initiative EnergieEffizienz*:

- Ansatz: gestufte Informationsvermittlung von „ganz einfach (aber fachlich korrekt)“ bis zu „Information für den Detailinteressierten“.
- Im Mittelpunkt der Kommunikation steht die MOTIVATION.
- Die *Initiative EnergieEffizienz* „erzieht nicht“, sondern zielt auf die persönliche Motivation der Zielgruppen zum energie-effizienten Kauf-, Investitions- und Nutzungsverhalten.
- Der „Umweltnutzen“ ist stets das „Add-on“ im Rahmen der Kommunikation über Energieeffizienz. Der persönliche Nutzen steht im Mittelpunkt.

Integrierte Kommunikation – Marketing für Energieeffizienz.

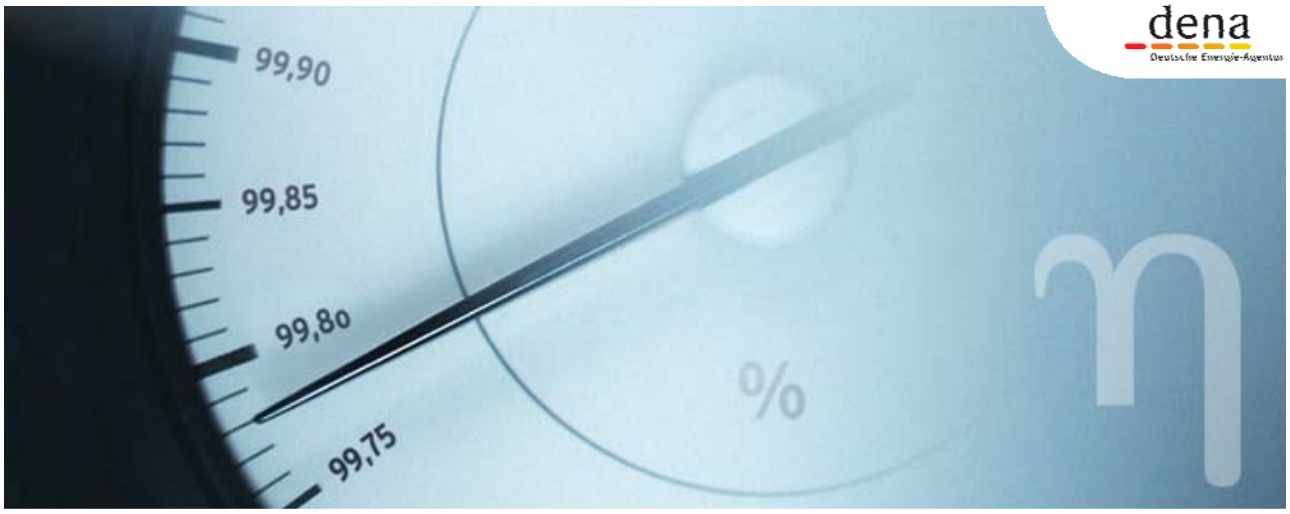
Der kommunikative Ansatz der *Initiative EnergieEffizienz*:

- Bedarfsgerechte Informationsangebote – auf die jeweilige Zielgruppe ausgerichtet.
- Verbraucheransprache (Privatverbraucher, Energieverbraucher in Industrie & Gewerbe sowie im Dienstleistungssektor): „just in time“ und „just in place“.
- Die Kommunikation wird innerhalb jeder Hauptzielgruppe (z.B. private Verbraucher) auf eine bzw. mehrere Fokusgruppen abgestellt: z.B. Personen zwischen 30 – 40 Jahre oder Jugendliche oder….
- Das Design: modern, intelligent und mit etwas Augenzwinkern….

Das Organisations-Konzept.

Organisation und Steuerung.

- Die Dachmarke und Aktionsplattform der *Initiative EnergieEffizienz* wird als ein gemeinsames Vorhaben der Unternehmen der Elektrizitätswirtschaft und der dena umgesetzt.
- Die Initiative wird von der dena fachlich geleitet (fachliche und kaufmännische Projektleitung).
- Die Gesamtausrichtung der Aktionsplattform wird von einem gemeinsamen Lenkungsausschuss (LA) gesteuert.
- Dem LA gehört je ein entscheidungsbefugter Vertreter der Unternehmen der Elektrizitätswirtschaft, des BMWi und der dena an.



Effizienz entscheidet.