

Monitoring der nationalen Jahres- veranstaltungen von Energie 2000

Schlussbericht

Dr. St. Rieder (Projektleitung)
O. Bieri, lic. phil.

Luzern, 30. Dezember 1999

Inhalt:

Zusammenfassung	4
1 Ausgangslage und Fragestellung	6
2 Vorgehen	6
3 Jahrestagung des Ressort Dienstleistungen und Gewerbe	8
3.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	8
3.2 Erreichung der Zielgruppen	10
3.3 Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	13
3.4 Bewertung der Publikumsveranstaltung	13
3.5 Bewertung der Fachvorträge und Präsentationen	17
3.6 Zusammenfassende Bewertung	19
4 Jahresveranstaltung des Ressorts Regenerierbare Energien	21
4.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	21
4.2 Erreichung der Zielgruppen	23
4.3 Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	26
4.4 Zusammenfassende Bewertung	30
5 Jahresveranstaltung des Ressorts Spitäler	32
5.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	32
5.2 Erreichung der Zielgruppen	34
5.3 Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	36
5.4 Zusammenfassende Bewertung	40

6	Jahresveranstaltung des Ressorts Industrie	42
6.1	Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	42
6.2	Erreichung der Zielgruppen	44
6.3	Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	47
6.4	Zusammenfassende Bewertung	50
7	Jahresveranstaltung des Ressorts öffentliche Hand	52
7.1	Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	52
7.2	Erreichung der Zielgruppen	54
7.3	Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	57
7.4	Zusammenfassende Bewertung	61
8	Jahresveranstaltung des Ressorts Wohnbauten	63
8.1	Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	63
8.2	Erreichung der Zielgruppen	64
8.3	Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	67
8.4	Zusammenfassende Bewertung	71
9	Energie 2000 an der SUN21 in Basel	73
9.1	Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	73
9.2	Erreichung der Zielgruppen	75
9.3	Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	80
9.4	Zusammenfassende Bewertung	84
10	Journée Romande de l'énergie	86
10.1	Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	86
10.2	Erreichung der Zielgruppen	88
10.3	Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	92
10.4	Zusammenfassende Bewertung	96

11	Schlussveranstaltung des Investitionsprogramms von Energie 2000	98
11.1	Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung	98
11.2	Erreichung der Zielgruppen	99
11.3	Inhaltliche Bewertung durch die erreichten Zielgruppen	103
11.4	Zusammenfassende Bewertung	107
12	Benchmarking und Empfehlungen	109
12.1	Benchmarking	109
12.2	Empfehlungen	112
	Anhang I: Fragebogen	117

Zusammenfassung

Ausgangslage

Die Programmleitung des Aktionsprogramms Energie 2000 hat sich 1998 dafür entschieden, zur Steigerung der Bekanntheit des Programms nationale Publikumsveranstaltungen durchzuführen. Der vorliegende Bericht dient dazu, Hinweise auf die Qualität, den Nutzen und die Kosten dieser Anlässe zu liefern.

Vorgehen

Insgesamt wurden im Jahr 1999 neun nationale Veranstaltungen, an welchen über 1'000 Personen teilgenommen haben, untersucht. Darunter befinden sich die von den Ressorts des Aktionsprogrammes durchgeführten Jahresveranstaltungen sowie der Tag von Energie 2000 an der SUN21, der „Journée Romande“ und die Schlussveranstaltung zum Investitionsprogramm von Energie 2000. In der Untersuchung nicht berücksichtigt wurden die Jahresveranstaltung des Ressort Treibstoffe, welche bereits 1998 stattfand und die auf regionaler Ebene durchgeführten Veranstaltungen der Ressorts.

Für die Bewertung der Veranstaltungen wurden drei standardisierte Erhebungsinstrumente eingesetzt. Erstens wurden die Organisatoren vor und nach der Veranstaltung zu ihren Zielen und zum Erfolg der Veranstaltung befragt. Zweitens nahm ein Vertreter oder eine Vertreterin des mit dem Monitoring beauftragten Instituts an den Veranstaltung teil, beurteilte den Ablauf an Hand einer standardisierten Checkliste und kontrollierte die Zahl der Teilnehmenden. Drittens sind die Teilnehmenden der Veranstaltung mittels eines standardisierten Fragebogens um eine Bewertung gebeten worden. Da rund 50 Prozent der Besucherinnen und Besucher einen ausgefüllten Fragebogen retournierte, liegen dieser Bewertung die Meinungen von über 500 Teilnehmenden zu Grunde.

Ergebnisse

Die Beurteilung der Veranstaltungen machte deutlich, dass es kein Patentrezept gibt, das erfolgreiche und gleichzeitig kostengünstige Jahrestagungen auf nationaler Ebene garantieren kann. Das Hauptproblem der Tagungsreihe war, dass die zahlenmässige Beteiligung der Zielgrup-

pen in vielen Fällen trotz umfassenden Werbeanstrengungen nicht erreicht werden konnte. Insbesondere zeigte sich, dass weder finanziell erhebliche Werbeanstrengungen noch die Integration der Tagungen von Energie 2000 in grosse nationale Veranstaltung einen Erfolg garantieren konnten. Die zweite Strategie zeigte zwar bei der Veranstaltung des Ressorts Öffentliche Hand positive Resultate. Bei den übrigen Tagungen blieben die erhofften Synergieeffekte aber weitgehend aus.

Grundsätzlich positiv zu beurteilen ist die Tatsache, dass bei den befragten Teilnehmenden die Zufriedenheit mit den Tagungen verhältnismässig hoch war. Auch die gebotenen Inhalte wurden in der Regel gut bewertet. Dagegen zeigten sich beim Einbezug der Teilnehmenden und der Durchführung von Podiumsdiskussionen gewisse Schwachpunkte.

In Zukunft muss die Frage der Notwendigkeit nationaler Jahresveranstaltungen gestellt werden. Sollten weitere Veranstaltungen durchgeführt werden, muss das Kosten-Nutzen-Verhältnis besonders kritisch beobachtet werden. Bezüglich der Vorbereitungen und der Abwicklung der Tagungen gilt es, die folgenden Punkte im Auge zu behalten:

- Damit die qualitative und quantitative Erreichung der Zielgruppen verbessert werden kann, müssen einerseits die Bedürfnisse der Zielgruppen präziser ermittelt werden. Andererseits sollten die Adressbestände für Einladungen zu Tagungen durch die Organisatoren besser bewirtschaftet und gepflegt werden.
- Durch den Einbau zeitlicher Reserven und die schlankere Gestaltung der Tagungsprogramme können zu lange Referate kompensiert werden und dem Publikum genügend Raum für Reaktionen zur Verfügung gestellt werden.
- Podiumsdiskussionen sind nur durchzuführen, wenn sie eine zusätzliche inhaltliche Komponente zu den Referaten bieten und die Räumlichkeiten dafür geeignet sind.

1 Ausgangslage und Fragestellung

Die Programmleitung des Aktionsprogramms Energie 2000 hat sich 1998 dafür entschieden, zur Steigerung der Bekanntheit des Programms nationale Publikumsveranstaltungen durchzuführen. Der vorliegende Bericht dient dazu, Hinweise auf die Qualität, den Nutzen und die Kosten dieser Anlässe zu liefern. Er ist eine Entscheidungsgrundlage zur Frage, ob weitere nationale Jahrestagungen durchgeführt werden sollen.

Untersucht wurden die von den Ressorts des Aktionsprogrammes im Jahre 1999 durchgeführten nationalen Jahresveranstaltungen sowie der Tag von Energie 2000 an der SUN21, der „Journée Romande“ und die Schlussveranstaltung zum Investitionsprogramm von Energie 2000. Da die Jahresveranstaltung des Ressort Treibstoffe bereits 1998 statt fand, konnte diese nicht in das Anfang 1999 intendierte Benchmarking einbezogen werden. Die Veranstaltungen der einzelnen Ressorts, welche 1999 auf regionaler Ebene durchgeführt wurden, wurden ebenfalls nicht berücksichtigt.

In den folgenden zwölf Kapitel werden die Veranstaltungen der einzelnen Ressorts beschrieben und bewertet. Im Kapitel 11 stellen wir das Benchmarking dar. Abschliessend ziehen wir ein Fazit und geben Empfehlungen für künftige nationale Veranstaltungen.

2 Vorgehen

Für die Bewertung der Veranstaltungen wurden drei standardisierte Erhebungsinstrumente eingesetzt. Erstens wurden die Organisatoren vor und nach der Veranstaltung zu ihren Zielen und zum Erfolg der Veranstaltung befragt. Zweitens nahm ein Vertreter oder eine Vertreterin des Instituts für Politikstudien Interface jeweils an der Veranstaltung teil, beurteilte den Ablauf an Hand einer standardisierten Checkliste und kontrollierte die Zahl der Teilnehmenden. Drittens sind die Teilnehmenden der Veranstaltung mittels eines standardisierten Fragebogens um eine Bewertung gebeten worden. Mittels der erhobenen Daten konnten drei Elemente der Veranstaltungen bewertet werden: Die Vorbereitung und Organisation, die Erreichung der Zielgruppen und die Inhalte der Veranstaltung. Die folgende Darstellung D 2.1 gibt einen Überblick über alle neun Bewertungskriterien sowie deren Operationalisierung.

D 2.1: Bewertungskriterien für die Veranstaltungen

Bewertungselemente	Bewertungskriterien	Operationalisierung
Vorbereitung und Organisation	1. Beurteilung der Werbemaßnahmen	Anzahl kontaktierte Personen pro teilnehmende Person
	2. Ablauf und Organisation	Summe der Bewertung folgender Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 2 = genügend, 1 = ungenügend
Erreichte Zielgruppe	3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe	Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden
	4. Kosten-Nutzen-Verhältnis	Kosten pro teilnehmende Person in Fr.
	5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe	Anteil der teilnehmenden Personen, die den anvisierten Zielgruppen entsprechen, in Prozent
Bewertung der Inhalte durch die Teilnehmenden	6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung	Mittelwert der Nennungen in der Befragung; Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden
	7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, den Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten	Mittelwert der Nennungen in der Befragung; Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden
	8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung	Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterläßt, in Prozent
	9. Erfüllung der Erwartungen	Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent

3 Jahrestagung des Ressort Dienstleistungen und Gewerbe

Im November 1998 fand die Gastronomica in Lausanne statt. Es handelte sich dabei um eine periodisch stattfindende Gewerbeausstellung rund um Produkte und Dienstleistungen im Gastgewerbe. Das Ressort Dienstleistungen und Gewerbe des Aktionsprogrammes Energie 2000 war zwischen dem 14. und 18. November an der Ausstellung mit einem eigenen Stand präsent. In dieser Zeit wurden spontanen Besucherinnen und Besuchern des Standes Informationen zu den Produkten des Ressorts Dienstleistungen abgegeben. Ferner fanden während der fünf Tage insgesamt 17 Fachvorträge und Präsentationen zum Thema Energie und Gastgewerbe statt. Diese wurden von Vertretern des Ressorts Dienstleistungen, Funktionären von Verbänden (GastroSuisse), Vertretern des Kantons sowie Repräsentanten von diversen Firmen aus der Branche bestritten.

Am 17. November fand zusätzlich zu den Fachvorträgen eine Publikumsveranstaltung mit insgesamt fünf Referentinnen und Referenten aus Politik und Verwaltung statt. Dazu war ebenfalls eine Pressekonferenz durchgeführt worden. Das Thema der Veranstaltung war mit dem Titel überschrieben „Energie et Environment: Questions pour des champions“.

3.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung

Die Vorbereitung und Organisation der Publikumsveranstaltung wurden einerseits an Hand der Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese beiden Aspekte ein.

Werbung

Das Ressort hat ein Marketingbüro mit der Vorbereitung, Durchführung und Bewerbung der Veranstaltung beauftragt. Dieses hat Anstrengungen unternommen, um eine möglichst grosse Zahl von Personen anzulocken. Insgesamt waren folgende Werbeaktivitäten durchgeführt worden:

- Versand von 2'000 persönlichen Einladungen an die Zielgruppe HORECA (Hoteliers, Restaurateurs und Cafétiers der Romandie), alle Restaurateurs in der Romandie wurden mittels Fax eingeladen,

- Versand von 1'000 Programmen an die Mitglieder des Hotelierverbandes,
- Versand von weiteren 1'000 Programmen über die Partner des Resorts Dienstleistungen und Gewerbe.

Daneben waren dreimal in der Presse Artikel geschaltet worden, in welchen auf die Veranstaltung aufmerksam gemacht worden ist. Insgesamt waren grosse Anstrengungen zur Erreichung der Zielgruppen unternommen worden. Vergleicht man die Werbeanstrengungen mit den teilnehmenden Personen, zeigt sich, dass pro teilnehmende Person rund 31 „Werbekontakte“ nötig waren. Die Werbeanstrengungen können im Vergleich zu den anderen Veranstaltungen als gut bewertet werden. Dies bestätigt auch die Befragung der Teilnehmer der Veranstaltung. Sie waren mit dem Zeitpunkt der Einladung, mit dem Inhalt der Informationsmittel, mit dem Konzept und mit den Anmeldebedingungen weitgehend einverstanden.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Publikumsveranstaltung am 17. November beurteilt. Die Ergebnisse präsentieren sich zusammenfassend wie folgt.

D 3.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung (Skala: 3 = gut, 2 = genügend, 1 = ungenügend)
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	2
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung (Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung)	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	3
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	3
Total	17

Die Organisation der Veranstaltung kann mit 17 erreichten Punkten und einem möglichen Maximum von 18 Punkten insgesamt als gut beurteilt werden.

3.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurden einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Zahl der erreichten Personen

Aufgrund der Anmeldeliste und eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 3.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Veranstaltungsteil	Anzahl Teilnehmende
• Publikumsveranstaltung (inkl. Referentinnen und Referenten sowie Vertreter des Ressort)	32
• 17 Fachvorträge und Referate	98
Total	130

Insgesamt muss die Zahl der Teilnehmenden angesichts der intensiven Werbetätigkeit als tief bezeichnet werden. Namentlich bei den einzelnen Fachvorträgen und Referaten waren im Durchschnitt nur fünf Personen anwesend. Auch für die Organisatoren ist die Zahl der Besucherinnen und Besucher zu tief. Bei der Erwartung von rund 200 Besucherinnen und Besuchern entspricht der Anteil der tatsächlich teilnehmenden Personen etwa 65 Prozent.

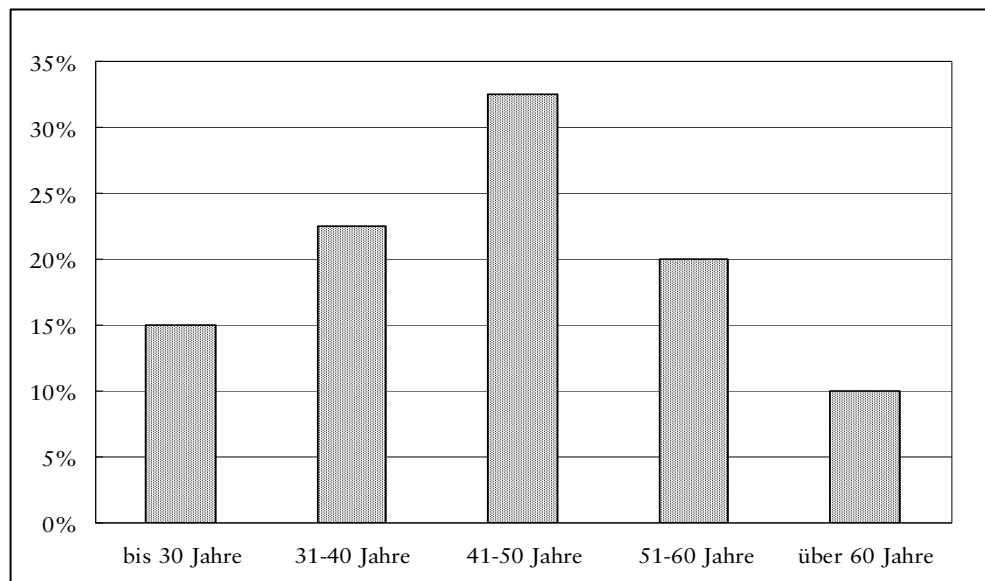
Kosten pro teilnehmende Person

Insgesamt wurde für die Veranstaltung ein Budget von 50'000 Franken eingesetzt. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Wert von rund 384 Franken pro erreichte Person. Dieser Wert kann im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen als gut bezeichnet werden.

Merkmale der erreichten Zielgruppen

An der Publikumsveranstaltung waren 15 Prozent der Teilnehmenden Frauen. An den Fachvorträgen und Präsentationen betrug der Anteil Frauen 20 Prozent. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen.

D 3.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=40



Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an den Veranstaltungen teilgenommen haben. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden einerseits durch Fragebogen an der Publikumsveranstaltung (20 ausgefüllte Fragebogen) und andererseits durch 20 Telefoninterviews ermittelt.

D 3.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (n=39)
• Hotelier, Restaurateure, Cafétier (Horeca)	• Hotelier, Restaurateure, Cafétier (Horeca)	44%
• Ausrüster von Gastbetrieben, Schulen, Verbände	• Partner des Ressort	18%
• Presse	• Politiker	3%
	• Energieberater	3%
	• Gerätehersteller	5%
	• andere	28%

Wie Darstellung D 3.4 zeigt, konnte die wichtigste Zielgruppe erreicht werden. Hingegen muss auf Grund der Antworten in den Fragebogen und in den Telefoninterviews davon ausgegangen werden, dass die Ausrüster, Schulen und Verbände nur ungenügend erreicht worden waren. Zu dieser Gruppe dürften die Gerätehersteller gehören, welche rund fünf Prozent der erreichten Zielgruppe ausmachen. Eventuell waren ein Teil der Partner des Ressorts ebenfalls dieser Kategorie zuzurechnen. Die Kategorie „andere“ ist mit fast 30 Prozent recht gross. Es waren hier eine bunte Gruppe von Besucherinnen und Besuchern zusammengefasst, welche folgende Berufsbezeichnung angaben: Vertreter öffentlicher Verwaltungen, Forscher, Vertreter von Sion 2006, Berater, Ökonom, Landwirt, Taxifahrer und Steuerberater. Es zeigt sich insgesamt, dass rund 49 Prozent der erreichten Personen der definierten Zielgruppe angehören. Dieser Wert ist im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen eher tief. Gemäss Einschätzung der Veranstalter entsprach die Zusammensetzung der Besucherinnen und Besucher einigermaßen den Erwartungen, vor allem was das Gastgewerbe anging. Der Erfolg der Veranstaltung sei insofern zufriedenstellend. Es sei gelungen, mit den Vertretern des Gastgewerbes ins Gespräch zu kommen. Auf Grund der grossen Zahl von „anderen“ und der eher kleinen Zahl von erreichten Ausrüstern, Verbandsvertretern und Schulen können wir diese Einschätzung nicht teilen.

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse bzw. beruflicher Verpflichtung besucht. Wichtige Motive zur Teilnahme waren ferner die Absicht, Informationen aus erster Hand zu

erhalten und Kontakte zu pflegen. Auffallend ist der hohe Anteil der Kategorien „andere“, „aus Neugier“ und „zufällig“. Zusammen waren dies 19 Prozent. Somit liegt die Vermutung nahe, dass eine Reihe von Passantinnen und Passanten der Gastronomica an die Veranstaltungen gelockt werden konnten.

D 3.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie die Veranstaltung besucht?	in % der Nennungen (N=39)
aus beruflichem Interesse	27%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	12%
anderes	10%
um informelle Kontakte zu knüpfen	10%
aus privatem Interesse	8%
auf Einladung eines Referenten	7%
um Gedanken auszutauschen	6%
um Leute kennenzulernen	5%
zufällig	5%
aus Neugier	4%
aus beruflicher Verpflichtung	3%
um Fragen stellen zu können	3%
um Präsenz zu markieren	2%
zur Weiterbildung	1%
um das Konkurrenzumfeld zu beobachten	0%

3.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

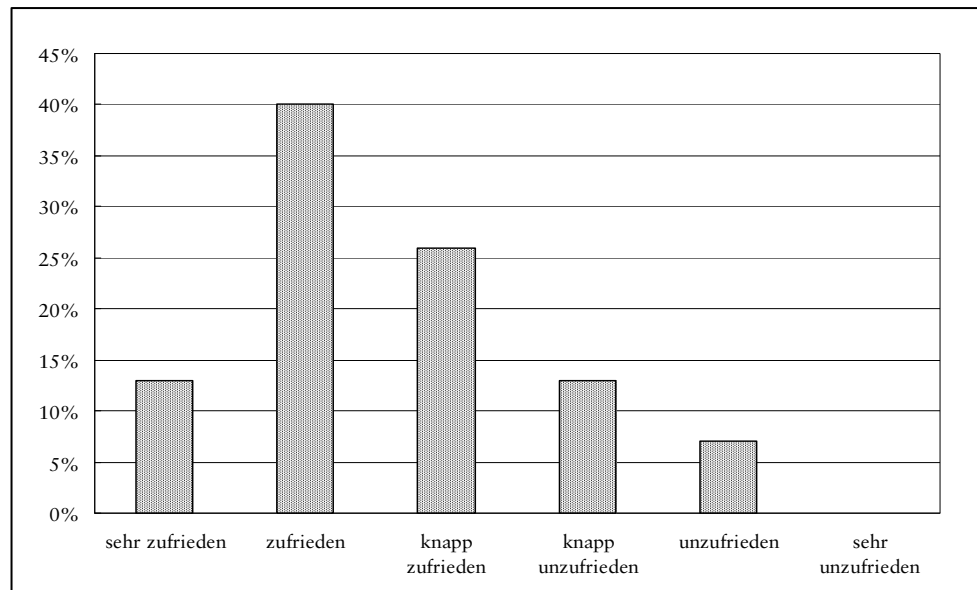
Es gilt zwischen der Bewertung der Publikumsveranstaltung und den Fachvorträgen und Referaten zu unterscheiden. Im folgenden wenden wir uns zunächst der Publikumsveranstaltung zu, welche am 17. November stattfand.

3.4 Bewertung der Publikumsveranstaltung

Von 32 Besucherinnen und Besuchern haben 20 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit dem Gebotenen zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden)

resultierte ein Mittelwert von 4,4. Die untenstehende Grafik zeigt die Verteilung der Antworten.

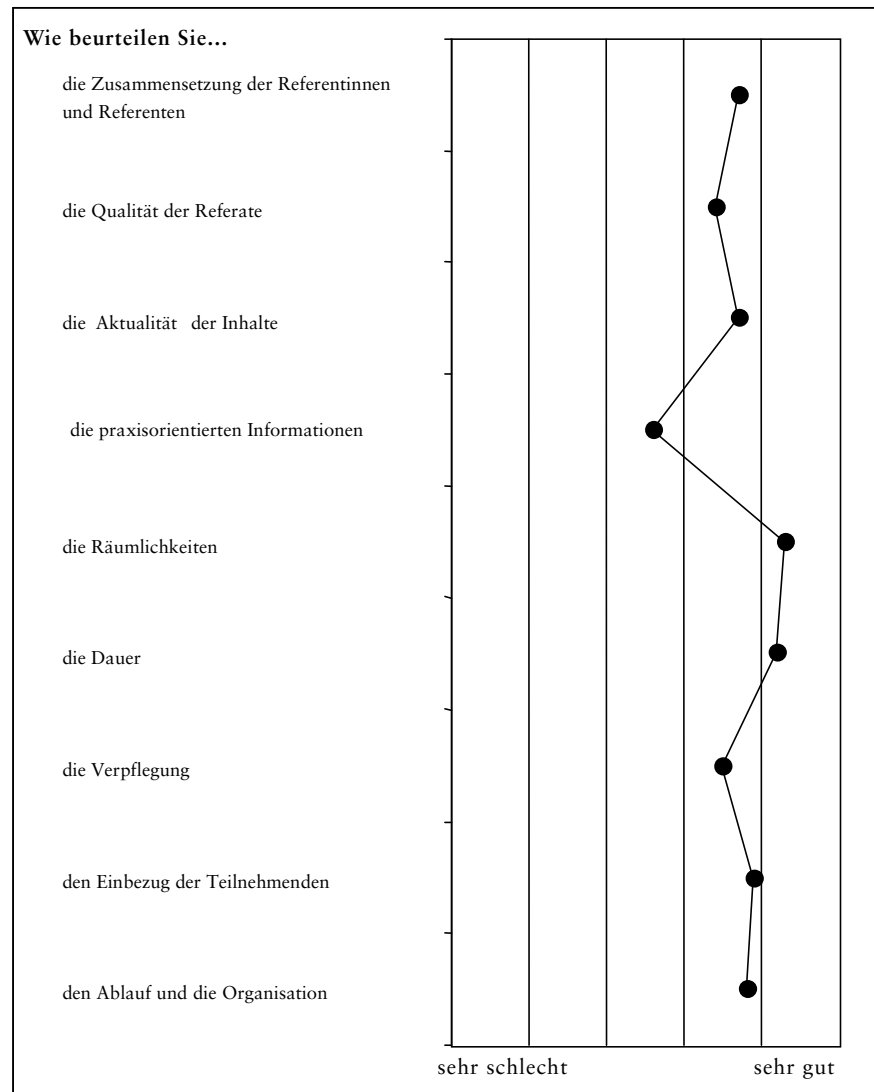
D 3.6: *Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Publikumsveranstaltung, N=20*



Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse sind in der Darstellung D 3.7 auf der folgenden Seite zusammengefasst. Die Grafik zeigt deutlich, dass die Mehrheit der Teilnehmenden mit dem Inhalt der Veranstaltung zufrieden bis sehr zufrieden war. Lediglich die praktische Verwendbarkeit wird verhältnismässig kritisch beurteilt. Insgesamt findet die Mehrzahl der Befragten, dass die angebotenen Elemente der Veranstaltung eher ausgebaut oder in der Menge und im Inhalt gerade richtig waren. Bei keinem Element der Veranstaltung fanden die Teilnehmenden, es sollte weggelassen werden. Die Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten wird auf der Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) mit 4,6 angegeben.

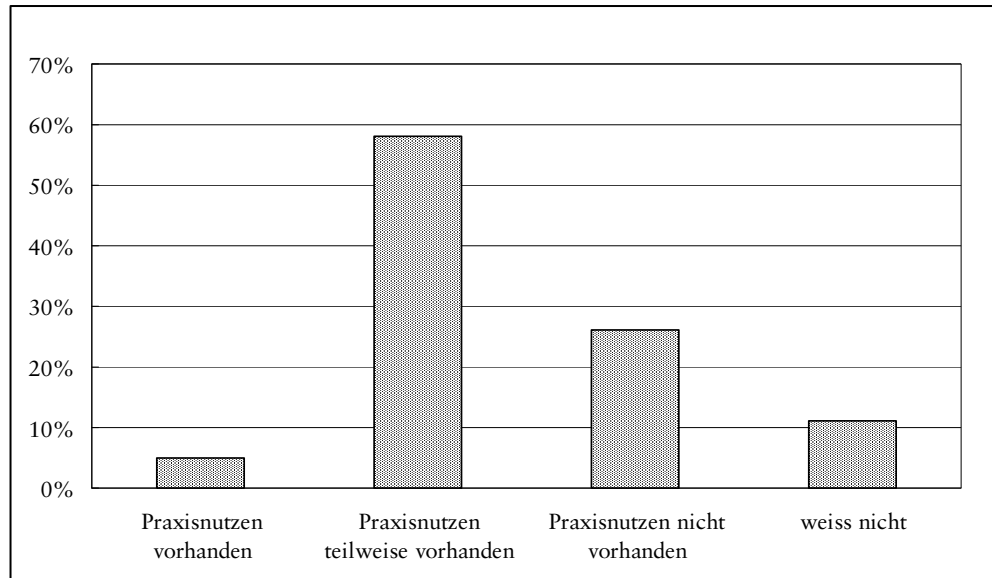
D 3.7: *Bewertung einzelner Elemente der Publikumsveranstaltung, N=20*



Praxisnutzen der Tagung

Ob der Besuch der Veranstaltung eine Auswirkung auf den Alltag haben werde, beurteilen die Teilnehmenden unterschiedlich. Die Ergebnisse werden in der folgenden Darstellung D 3.8 zusammengefasst.

D 3.8: Auswirkungen der Publikumsveranstaltung auf die Praxis, N=20



Lediglich fünf Prozent antworteten auf die Frage, ob ein Praxisnutzen vorhanden sei, vorbehaltlos mit ja. Die überwiegende Mehrheit von 58 Prozent fanden, das Gehörte werde teilweise in ihren Berufsalltag einfließen. Demnach hatte die Veranstaltung für 63 Prozent der Befragten einen praktischen Nutzen. Dieser Wert liegt im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen eher tief. Dies erklärt sich aber dadurch, dass sich bei dieser Veranstaltung die Referate nur sehr allgemein mit dem Thema Energie auseinandergesetzt haben. Für 27 Prozent hatte die Veranstaltung keine Wirkung in der Praxis. Rund 11 Prozent gaben an, sie wüssten es nicht.

Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Referenten Kontakt aufzunehmen, um weitere Informationen zum Thema zu erhalten. Ein hoher Anteil von 61 Prozent der Befragten antwortete mit ja. 33 Prozent werden eventuell mit den Referenten Kontakt aufnehmen, sechs Prozent werden es sicher nicht tun. Der Praxisnutzen der Veranstaltung wird von den Teilnehmenden zwar eher zurückhaltend eingeschätzt, wegen der relativ grossen Anzahl von Personen, welche weitere Kontakte aufnehmen wollen, kann der Praxisnutzen der Veranstaltung als „genügend“ bezeichnet werden.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

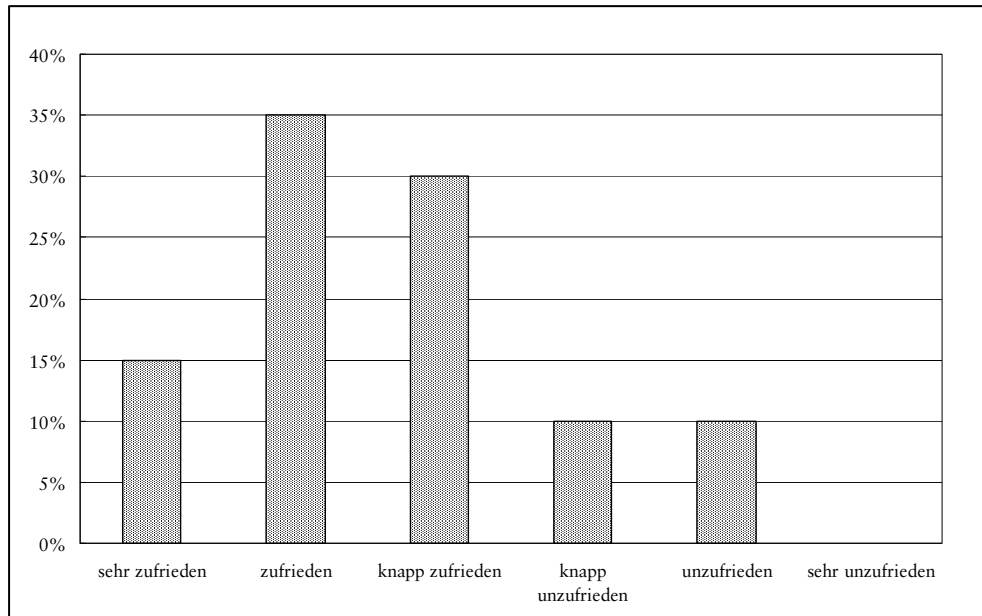
Die Erwartungen der Teilnehmenden an der Publikumsveranstaltung waren zu 45 Prozent erfüllt worden. Dieser Wert liegt im Vergleich zu den anderen Veranstaltungen relativ hoch. Etwa die Hälfte gaben an, ihre Erwartungen seien nur teilweise erfüllt worden. Eine Minderheit von fünf Prozent der Teilnehmenden war enttäuscht von der Veranstaltung und sah ihre Erwartungen nicht erfüllt.

Insgesamt können wir aus den Ergebnissen schliessen, dass der Inhalt der Publikumsveranstaltung bei den Teilnehmenden gut angekommen ist. Der Praxisnutzen ist erwartungsgemäss nicht ganz so hoch. Positiv ist der grosse Anteil von Teilnehmenden, welche sich mit den Vortragenden in Verbindung setzen möchte.

3.5 Bewertung der Fachvorträge und Präsentationen

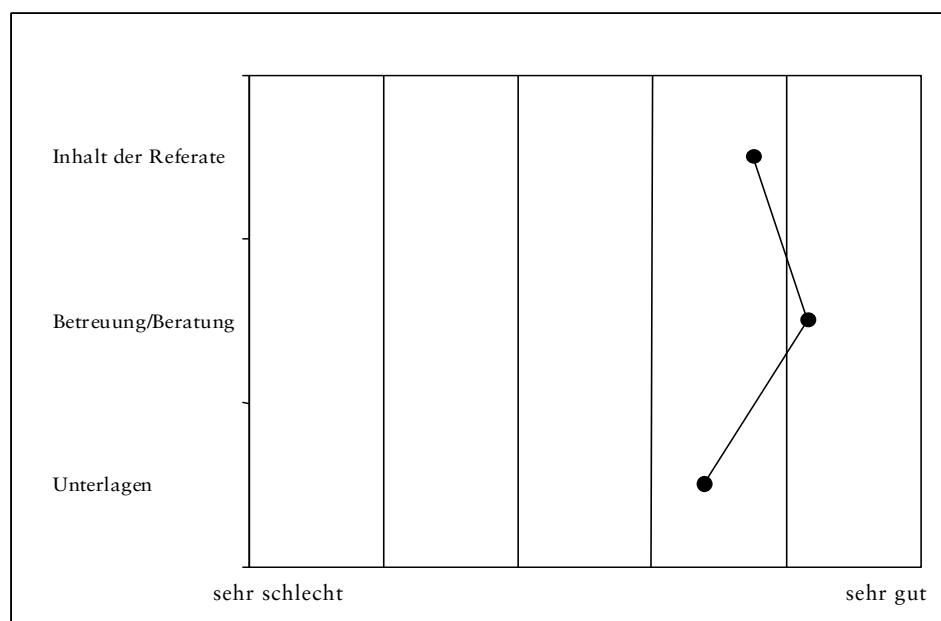
20 Teilnehmende wurden telefonisch nach ihrer Meinung zu den Fachvorträgen gefragt. Die Zufriedenheit ist in etwa mit derjenigen der Publikumsveranstaltung vergleichbar. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 4,4. Rund die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer war sehr zufrieden oder zufrieden. Zusammen mit den knapp Zufriedenen waren dies rund 80 Prozent. Umgekehrt waren etwa 20 Prozent (4 Personen) eher unzufrieden mit dem Gebotenen.

D 3.9: Zufriedenheit mit den Fachvorträgen und Präsentationen, N=20



Auf Grund der Verschiedenheit der 17 Fachvorträge haben wir lediglich eine Bewertung für drei Elemente (Inhalt der Referate, Betreuung/Beratung und Unterlagen) gebeten.

D 3.10: Bewertung einzelner Elemente der Fachvorträge, N=20



Die drei abgefragten Inhalte der Fachvorträge werden insgesamt als gut bis sehr gut bewertet. Die Teilnehmenden waren mit dem Gebotenen offenbar zufrieden.

Praxisnutzen der Fachvorträge

Etwas anders sieht es mit dem Praxisnutzen aus. Nur gerade 20 Prozent der Befragten gaben an, die Informationen würden auf die eine oder andere Weise in ihren Berufsalltag einfließen. 80 Prozent der Antwortenden vermochten für sich aus den Vorträgen und Referaten keinen Praxisnutzen zu ziehen. Da im Rahmen der Fachvorträge über energie-sparende Handlungsmöglichkeiten bei der Erneuerung und Anschaffung von Infrastruktur für Hotellerie und Gastgewerbe gesprochen wurde und solche Anschaffungen nicht alltäglich waren, ist es gemäss den Veranstaltern nicht verwunderlich, dass das Gebotene nur geringen Einfluss auf den direkten Berufsalltag hat.

Die Teilnehmenden wurden gefragt, ob sie nach der Veranstaltung die Absicht haben, sich mit den Referenten oder dem Ressort in Verbindung zu setzen. Rund 15% antworteten auf diese Frage mit ja, ein gleich grosser Prozentsatz mit „vielleicht“. Der überwiegende Teil der Befragten (70 Prozent) gaben an, dass sie keinen Kontakt mit den Referenten oder Veranstaltern suchen werden. Dieses Ergebnis ist deutlich schlechter als bei der Publikumsveranstaltung, wo nur gerade sechs Prozent angegeben haben, sie würden keinen Kontakt zu den Veranstaltern suchen.

Insgesamt waren die Inhalte der Fachvorträge positiv bewertet worden. Aus den oben erwähnten Gründen ist der Praxisnutzen im Vergleich zu anderen Veranstaltungen etwas tiefer.

3.6 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungskriterien zusammen. Diese sind in der unten stehenden Darstellung D 2.11 zusammengefasst. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

D 3.11: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	Ressort Dienstleistung und Gewerbe	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemassnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	31	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	17	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	65	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	384	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	49	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,4	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,6	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	63	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	45	43

Die Stärken der Veranstaltung lagen bei der Vorbereitung und Organisation. Die Inhalte waren grösstenteils gut angekommen. Der Praxisnutzen ist ambivalent zu beurteilen: Er ist bei der Publikumsveranstaltung (überraschend) grösser als bei den Fachvorträgen. Erfreulich ist das vergleichsweise gute Kosten-Nutzen-Verhältnis pro erreichte Person. Grösste Schwäche war die zahlenmässige Beteiligung, welche auch unter den Erwartungen der Veranstalter lag.

4 **Jahresveranstaltung des Ressorts Regenerierbare Energien**

Anfang Februar 1999 fand die SWISSBAU in Basel statt. Es handelt sich dabei um die grösste Baumesse in der Schweiz rund um Produkte, Anwendungen und Dienstleistungen im Baubereich. Das Ressort Regenerierbare Energien des Aktionsprogrammes Energie 2000 führten im Rahmen dieser Veranstaltung am 4. Februar eine Tagung durch, an welcher die bisherigen Aktivitäten des Ressorts kritisch gewürdigt wurden. Im weiteren wurde versucht, den heutigen und zukünftigen Marktpartnern des Ressorts die wirtschaftlichen Chancen eines Einstiegs in die erneuerbaren Energien aufzuzeigen. Die Tagung richtete sich an Installateure, Planer und Hersteller von Anlagen zur Nutzung erneuerbarer Energiequellen. Daneben sollten auch Vertreter kantonaler und kommunaler Energiefachstellen angesprochen werden, welche ein Interesse an der regionalen Verbreitung von Anlagen zur Nutzung erneuerbarer Energiequellen haben. Das Programm der Tagung war in drei Themenblöcke mit diversen Referaten und einer abschliessenden Podiumsdiskussion unterteilt. Im ersten Block thematisierten die Referenten die Strategien und Ergebnisse des Ressorts regenerierbare Energien im Rahmen von Energie 2000. Im zweiten Teil waren die Verbreitung und Umsetzungsstrategien auf regionaler Ebene das Thema. Nach einer kurzen Pause äusserten sich einzelne Hersteller und Installateure zu den wirtschaftlichen Chancen des Gewerbes im Zusammenhang mit der Nutzung von regenerierbaren Energiequellen. Anschliessend an die Mittagspause fand eine Podiumsdiskussion statt. Während den Pausen hatten die Tagungsbesucherinnen und -besucher Gelegenheit, an Informationsständen mit Ansprechpartnern der Actornetzwerke in Kontakt zu treten.

4.1 **Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung**

Die Vorbereitungen und Organisation der Veranstaltung wurde einerseits an Hand der Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese Aspekte ein.

Werbung

Das Ressort hat das Programm der Tagung an die Mitglieder von Verbänden geschickt, die den Actornetzwerken des Ressorts Regenerierbare Energien angehören. Dieses Vorgehen führte dazu, dass vorerst nur

eine geringe Zahl von Anmeldungen eintrafen. Der Grund dafür ist laut Organisatoren darin zu suchen, dass die Einladungen durch die Verbände zusammen mit anderen Unterlagen verschickt worden waren und daher zu wenig Beachtung fanden. Aus diesem Grund wurde eine zweite Versandaktion gestartet, in welcher nochmals eine Reihe von Personen direkt angeschrieben worden waren. Im ganzen waren 13'000 Programme mit Anmeldetalon verschickt worden. Setzt man diese Zahl ins Verhältnis zu den Teilnehmenden, ergeben sich 127 „Werbekontakte„ pro teilnehmende Person. Diese Verhältniszahl ist im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen eher hoch einzuschätzen.

Die Befragung der Teilnehmenden hat gezeigt, dass der grösste Teil der Besucherinnen und Besucher sowohl mit dem Zeitpunkt der Einladung, dem Inhalt und dem Anmeldungsprozedere zufrieden war. Etwas weniger positiv wurde die Aufmachung und die Attraktivität der Einladung beurteilt.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Tagung vom 4. Februar beurteilt. Die einzelnen Ergebnisse präsentieren sich zusammenfassend wie folgt.

D 4.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	3
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung: Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	1
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	3
Total	16

Negativ zu beurteilen ist einzig die Einhaltung des Zeitplans. Die Organisation der Veranstaltung kann bei 16 erreichten Punkten und einem möglichen Maximum von 18 Punkten insgesamt als gut beurteilt werden.

4.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurde einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Zahl der erreichten Zielgruppen

Aufgrund der Anmeldeliste und eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 4.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	86
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	22
Total	108

Insgesamt darf die Zahl der Teilnehmenden angesichts der Anzahl verschickter Einladungen als eher tief bezeichnet werden. Die Organisatoren teilen diese Einschätzung. Im Vorfeld der Tagung rechnete man als Zielgrösse mit ungefähr 200 Teilnehmenden. Wenn man dieses, im Vergleich zu anderen Veranstaltungen, hoch gesteckte Ziel als Basis für die Quantitative Erreichung des Zielpublikums nimmt, wurde rund die Hälfte (51 Prozent) des vorgegebenen Zielpublikums erreicht. Die anderen Veranstaltungen weisen diesbezüglich höhere Werte auf, haben aber ihre Zielgrössen auch tiefer angesetzt.

Kosten pro teilnehmende Person

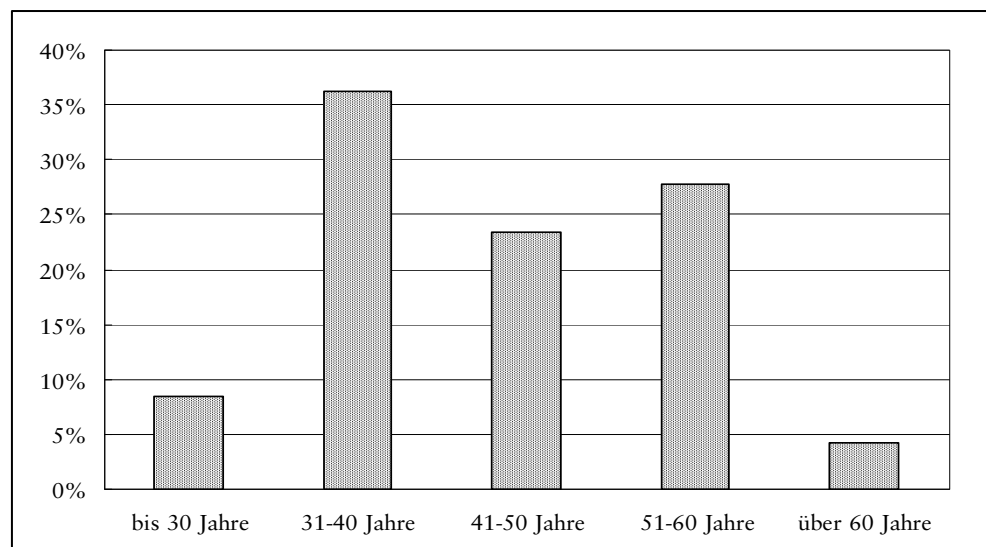
Für die Veranstaltung wurde ein Budget von 80'000 Franken eingesetzt. Werden die Tagungsgebühren abgezogen, bleibt ein Betrag von 55'000

Franken übrig. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 640 Franken pro erreichte Person (ohne Referenten und Organisatoren). Dieser Betrag liegt im Vergleich zu den anderen Veranstaltungen etwas über dem Durchschnittswert von 524 Franken pro Person.

Merkmale der erreichten Zielgruppe

Von den Teilnehmenden waren über 95 Prozent Männer. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen.

D 4.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=48



Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an den Veranstaltungen teilgenommen haben. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch die Befragung der Teilnehmenden (48 ausgefüllte Fragebogen) ermittelt.

Wie die tabellarische Darstellung D 4.4 zeigt, konnten mit der Gruppe der Installateure, Hersteller und Planer von Anlagen sowie den Energiefachleuten und den Pressevertretern rund 89 Prozent der anvisierten Zielgruppe erreicht werden. Dieser Anteil ist im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen als gut zu bewerten. Die Veranstalter haben sich

zum Ziel gesetzt, mit dieser Veranstaltung möglichst viele neu Installateure, Hersteller und Planer für die Ideen des Ressorts zu gewinnen. Aufgrund der Rückmeldungen von Teilnehmenden und der Auswertung der Teilnehmerliste gehen wir jedoch davon aus, dass die Zahl der neu erreichten Hersteller, Planer und Installateure eher klein ist und es sich bei den angesprochenen Personen grösstenteils um Insider gehandelt hat. Diese Einschätzung wird im Wesentlichen auch durch die Veranstalter geteilt.

D 4.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (n=48)
• Installateure, Planer und Hersteller von Anlagen	• Installateure, Hersteller und Planer von Anlagen	43%
• Vertreter von kantonalen und kommunalen Energiefachstellen	• Energiefachleute	33%
• Vertreter von Elektrizitätswerken	• öffentliche Verwaltung	10%
• Presse	• Politiker	4%
	• Presse	3%
	• andere	7%

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Befragung der Teilnehmenden hat bezüglich der Motivation zur Teilnahme an der Jahrestagung das folgende Bild ergeben: Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse bzw. beruflicher Verpflichtung besucht. Wichtige Motive zur Teilnahme waren ferner der Informations- und Gedankenaustausch im Kontakt mit anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

D 4.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen?	in % der Nennungen (N=48)
aus beruflichem Interesse	34%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	14%
zur Weiterbildung	11%
um informelle Kontakte zu knüpfen	9%
um Gedanken auszutauschen	8%
um Leute kennenzulernen	6%
um Präsenz zu markieren	5%
aus privatem Interesse	4%
um das Konkurrenzumfeld zu beobachten	2%
aus beruflicher Verpflichtung	2%
um Fragen stellen zu können	2%
aus Neugier	1%
anderes	1%
zufällig	0%

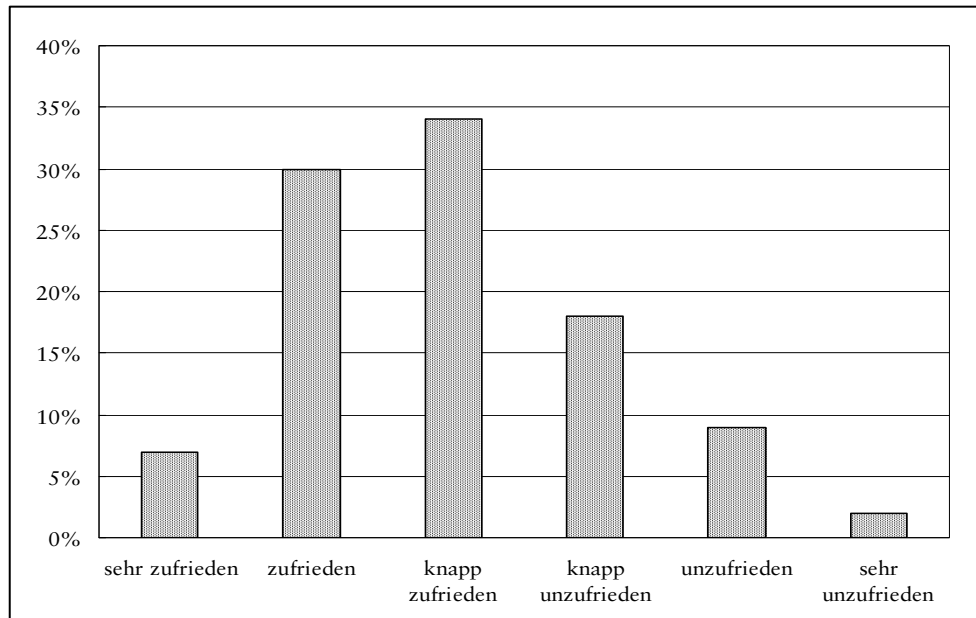
4.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Befragten ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung sowie zu deren Praxisnutzen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 80 Besucherinnen und Besuchern haben 48 unseren Fragebogen ausgefüllt. Die Antwortenden waren mit der Tagung knapp zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 4,0, welcher leicht unter dem Mittel für alle Veranstaltungen liegt (4,4). Die untenstehende Darstellung D 4.6 zeigt die Verteilung der Antworten.

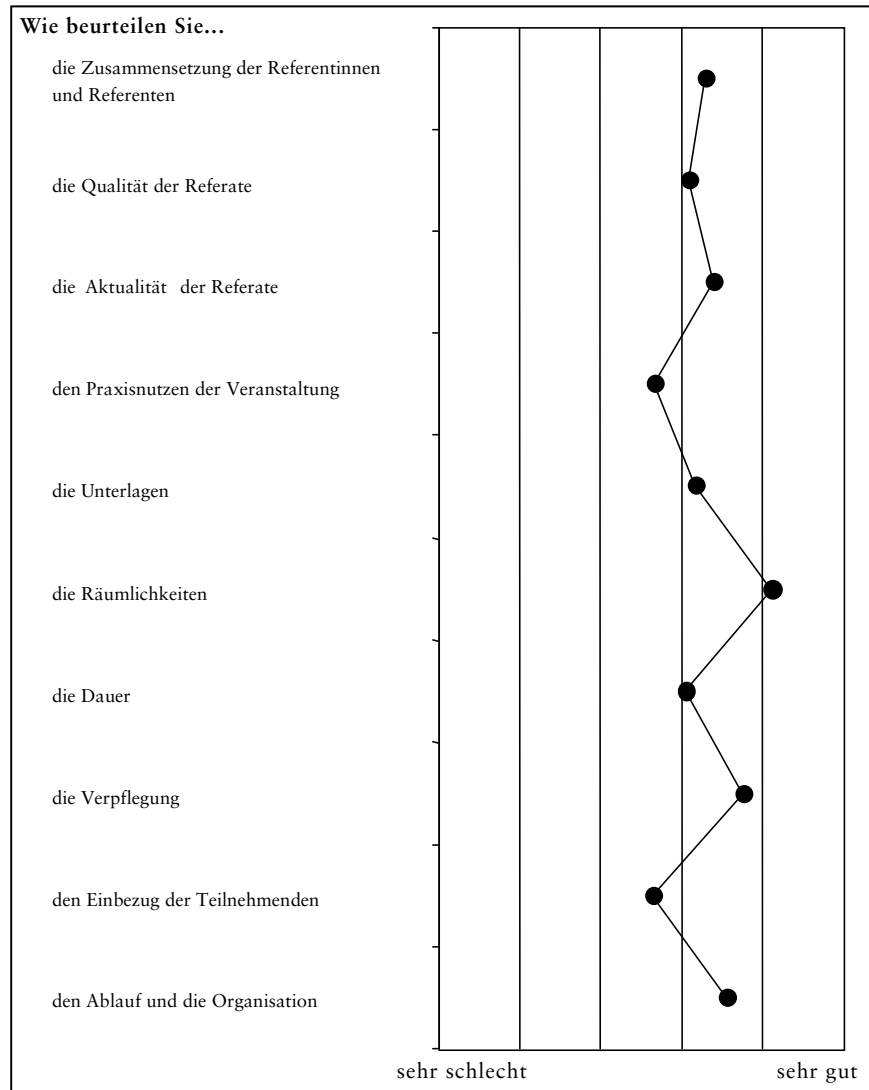
D 4.6: Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=48



Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse werden in der Darstellung D 4.7 auf der folgenden Seite zusammengefasst. In der Grafik wird deutlich, dass die Teilnehmenden mit dem Inhalt der Veranstaltung unterschiedlich zufrieden waren. Gut bewertet wurde die Organisation (Räumlichkeiten, Ablauf, Verpflegung) der Veranstaltung. Die Inhalte, Zusammensetzung, Qualität und Aktualität der Referate wurden auf der Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) mit 4,3 beurteilt und liegen etwas unter dem Durchschnitt für alle Veranstaltungen (Mittelwert 4,7). Knapp genügend war nach Ansicht der Befragten der Praxisnutzen und der Einbezug der Teilnehmenden.

D 4.7: Bewertung einzelner Elemente der Jahrestagung, N=48

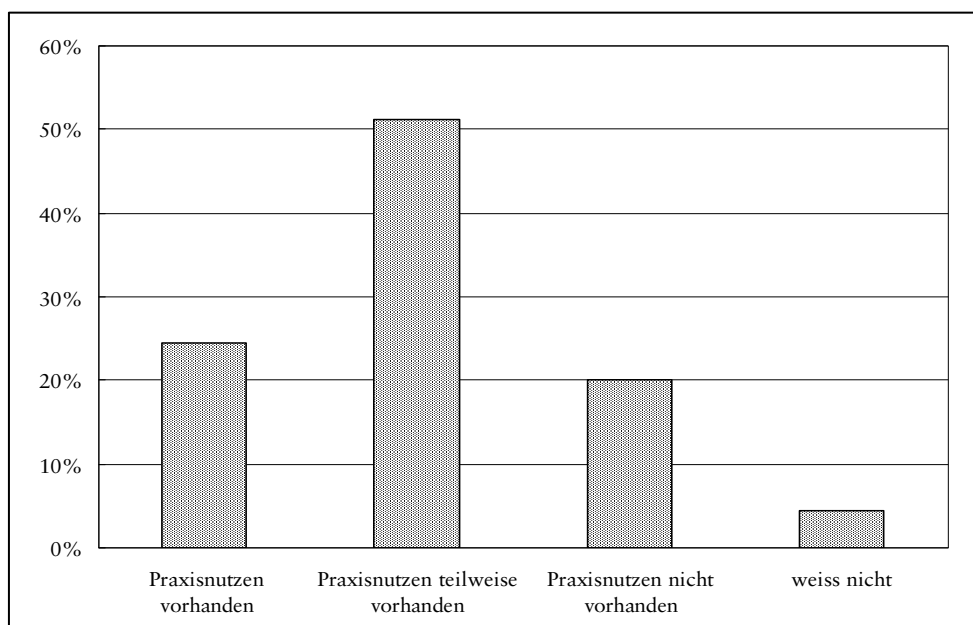


Verbesserungspotentiale liegen nach Ansicht der befragten Teilnehmenden vor allem bei einer stärkeren Orientierung auf die Umsetzung an der Basis. Von zahlreichen Befragten wurden der Tagungsband, welcher eine Zusammenfassung aller Referate enthält, lobend erwähnt.

Praxisnutzen der Tagung

Ob der Besuch der Veranstaltung eine Auswirkung auf den Alltag haben werde, beurteilen die Teilnehmenden unterschiedlich. Die Ergebnisse sind in der folgenden Darstellung D 4.8 zusammengefasst.

D 4.8: Auswirkungen der Veranstaltung auf die Praxis, N=48



Fast ein Viertel der Befragten antwortete auf die Frage, ob ein Praxisnutzen vorhanden sei, mit ja. Etwa die Hälfte der Tagungsbesucherinnen und Besucher findet, das Gehörte werde teilweise in ihren Berufsalltag einfließen. Für insgesamt 75 Prozent hatte die Veranstaltung einen praktischen Nutzen. Dieser Anteil liegt leicht unter dem Durchschnitt für alle Veranstaltungen (80 Prozent). Für 20 Prozent hatte die Veranstaltung keine Wirkung in der Praxis. Rund 4 Prozent gaben an, sie wissen es nicht. Dieses Ergebnis entspricht angesichts der allgemeinen Themen und dem doch eher erfahrenen Publikum in etwa den Erwartungen.

Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Tagungsteilnehmern Kontakt aufzunehmen. 44 Prozent der Antwortenden gaben an, dass sie Kontakte aufnehmen möchten. Etwa gleich gross ist der Anteil jener, welche angaben, vielleicht mit jemandem in Kontakt zu treten. Lediglich 10

Prozent hatten nicht die Absicht, nach der Tagung weitere Kontakte aufzunehmen.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen der Teilnehmenden an die Tagung waren zu 26 Prozent erfüllt worden. Im Vergleich zu den anderen Tagungen ist dieser Wert eher tief. Der grösste Anteil der Teilnehmenden (65%) gab an, die Erwartungen seien nur teilweise erfüllt worden. Eine Minderheit von acht Prozent der Teilnehmenden wurde enttäuscht und sah ihre Erwartungen nicht erfüllt.

4.4 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungskriterien zusammen. Diese sind in der unten stehenden Darstellung D 4.9 zusammengefasst. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

Die Stärken der Veranstaltung lagen bei den Vorbereitungen und dem Anteil der Personen, welche der anvisierten Zielgruppe entsprachen. Aus organisatorischer Sicht ist einzig das etwas überladene Programm der Veranstaltung zu bemängeln. Dies führte einerseits dazu, dass der Zeitplan nicht eingehalten werden konnte und die Teilnehmenden nur wenig Gelegenheit hatten, sich zu den einzelnen Referaten zu äussern. Klare Schwäche der Veranstaltung war die Zahl der Teilnehmenden. Die SWISSBAU stellte zwar als Rahmenveranstaltung ein interessantes Umfeld dar, von dem man aber entgegen den Erwartungen nicht profitieren konnte. Für viel Besucherinnen und Besucher der SWISSBAU dauerte die Veranstaltung wohl etwas zu lange. Vermutlich liegt hier der Grund, dass kaum neue Hersteller, Installateure und Planer an der Tagung teilnahmen. Vor dem Hintergrund der Bewertungen durch die Teilnehmenden scheinen uns die transportierten Inhalte und der Praxisnutzen der Veranstaltung verbesserungswürdig. Es ist durchaus möglich, dass die kritische Bewertung dieser Aspekte der Tagung mit dem Publikum zusammenhängt, das weitgehend aus Insidern und Kennern der Szene bestand.

D 4.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	Ressort Regenerier- bare Energien	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	127	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	16	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	51	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	640	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	86	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,0	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,3	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	75	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	26	43

5 Jahresveranstaltung des Ressorts Spitäler

Die Jahrestagung des Ressorts Spitäler fand am 16. April 1999 im Kernforschungszentrum (CERN) in Genf statt. In einem ersten Teil der Veranstaltung wurden vom Ressortleiter die Aktivitäten des Ressorts vorgestellt, welche bei den Betriebsoptimierungen, Sanierungen und Neubauten ansetzt. Anschliessend wurden die Energiesparmassnahmen im Universitätsspital von Genf gewürdigt. Nach der Kaffeepause stellte das Ressort Spitäler die Resultate seiner Aktivitäten sowie die Ergebnisse der Evaluation vor. Im Anschluss wurden das Folgeprogramm von Energie 2000 und die neuen Dienstleistungen des Ressorts vorgestellt. Nach der Mittagspause hatten die Tagungsteilnehmer die Gelegenheit, die technischen Einrichtungen des CERN zu besichtigen. Im abschliessenden Seminar wurde das Thema Out- und Insourcing der technischen Unterhalts- und Wartungsarbeiten in Spitälern thematisiert. Zur optimalen Verständigung wurden alle Referate simultan auf Deutsch und Französisch übersetzt.

5.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung

Die Vorbereitungen und Organisation der Veranstaltung wurden einerseits an Hand der Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese zwei Aspekte ein.

Werbung

Insgesamt wurden rund 450 Einladungen an technische Dienste von Spitälern, kantonale Energiefachstellen sowie Verantwortliche des Gesundheitswesens geschickt. Zusätzlich erhielten 50 Ingenieur- und Planungsbüros Einladungen über die Adressen aus dem Branchenverzeichnis zugestellt. Da pro teilnehmende Person lediglich vier „Werbekontakte“ getätigt werden mussten, können die Werbeanstrengungen als gut bezeichnet werden. Dies bestätigt auch die Befragung der Teilnehmer der Veranstaltung. Sie waren sowohl mit dem Zeitpunkt der Einladung, dem Inhalt und der Aufmachung sowie dem Anmeldeverfahren zufrieden.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Veranstaltung vom 16. April beurteilt. Gestützt darauf müssen vor allem die Einhaltung des Zeitplans und die Organisation der Besichtigung im CERN bemängelt werden. Da der Zeitplan des Vormittags nicht eingehalten wurde, ergab sich für jene Teilnehmenden, welche das CERN nach dem Mittagessen besichtigen sollten, kaum Gelegenheit zur ausreichenden Verpflegung. Bei der Besichtigung im CERN waren die Organisatoren offenbar von der grossen Zahl der Besucher überfordert. Es ergaben sich immer wieder Wartezeiten, welche dazu führten, dass die letzte Gruppe mit der Besichtigung erst fertig war, als das abschliessende Seminar bereits begonnen hatte. Einige Besucher zogen es deshalb vor, die Tagung ohne den Besuch der Schlussveranstaltung zu verlassen.

D 5.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	2
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung: Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung	2
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	1
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	3
Total	14

Die Organisation der Veranstaltung kann bei 14 erreichten Punkten und einem möglichen Maximum von 18 Punkten als knapp genügend beurteilt werden. Die Veranstalter teilen diese Bewertung nicht und haben das Gefühl bezüglich Organisation zu schlecht eingestuft zu werden. Aufgrund der kritischen Anmerkungen auf den Fragebogen der Teilnehmenden zum organisatorischen Ablauf der Veranstaltung sowie der Tatsache, dass einige Teilnehmende die Schlussveranstaltung nicht mehr besucht haben, bleiben wir jedoch bei unserer Einschätzung.

5.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurden einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmassstab herangezogen.

Zahl der erreichten Zielgruppen

Aufgrund der Anmeldeliste und eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 5.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	130
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	8
Total	138

Insgesamt darf die Zahl der Teilnehmenden in Bezug zu den Werbeaufwendungen als gut bezeichnet werden. Im Vorfeld der Tagung rechnete man von Seiten der Organisatoren mit ungefähr 100 Teilnehmenden. Diese Zahl wurde sogar noch etwas übertroffen. Die zahlenmässige Beteiligung kann dadurch positiv bewertet werden.

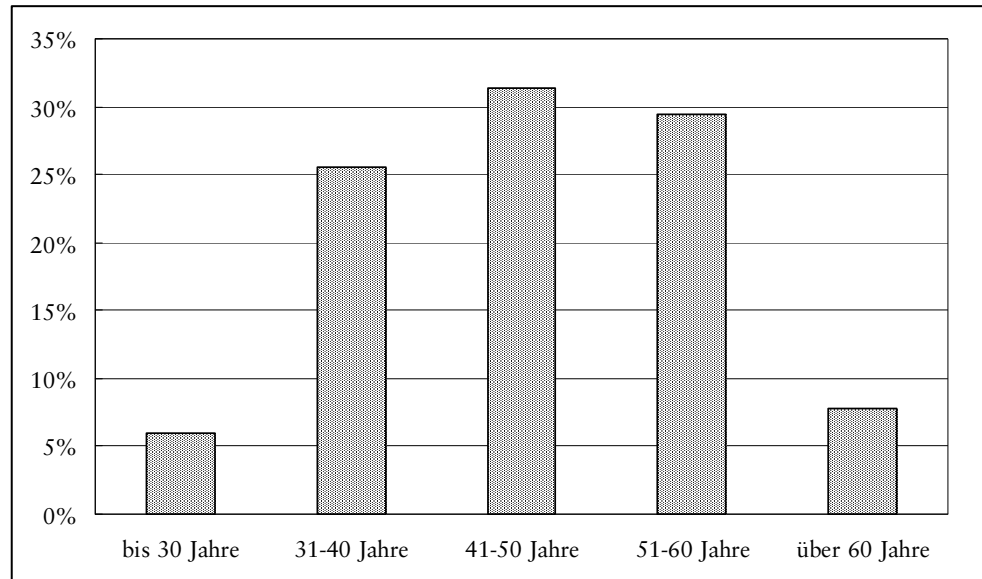
Kosten pro teilnehmende Person

Insgesamt wurde für die Veranstaltung ein Budget von 60'000 Franken eingesetzt. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 460 Franken pro erreichte Person (ohne Referenten und Organisatoren). Dies kann im Vergleich zu den bisherigen Veranstaltungen als zufriedenstellend bezeichnet werden.

Merkmale der erreichten Zielgruppe

Von den Teilnehmenden waren 98 Prozent Männer. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen:

D 5.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=51



Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an den Veranstaltungen teilgenommen haben. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch die Befragung der Teilnehmenden (55 ausgefüllte Fragebogen) ermittelt.

D 5.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (N=55)
• Technische Leiter von Spitäler	• Spitalleitung, Technischer Dienst	73%
• Öffentliche Verwaltung: Vertreter von Energiefachstellen, Gesundheits- und Bauwesen	• Öffentliche Verwaltung, Energiefachleute	9%
• Ingenieurbüros	• Ingenieur, Planungsbüro	13%
• Presse	• Presse	3%
	• andere	2%

Wie die tabellarische Darstellung D 5.4 zeigt, konnte die wichtigste Zielgruppe erreicht werden. Dieses Bild wird auch durch den geringen Anteil der nicht genau definierten Zielgruppe (2 Prozent „andere“) ge-

stützt. Die anvisierten Zielgruppen und die tatsächlich teilnehmenden Personengruppen stimmen zu 98 Prozent überein. Dieser Wert kann im Vergleich zu anderen Veranstaltungen positiv beurteilt werden.

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse bzw. um Informationen aus erster Hand zu bekommen, besucht.

D 5.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen?	in % der Nennungen (N=51)
aus beruflichem Interesse	37%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	16%
zur Weiterbildung	10%
aus privatem Interesse	9%
um Gedanken auszutauschen	6%
um Leute kennenzulernen	6%
aus beruflicher Verpflichtung	6%
um informelle Kontakte zu knüpfen	4%
um Fragen stellen zu können	3%
aus Neugier	2%

5.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

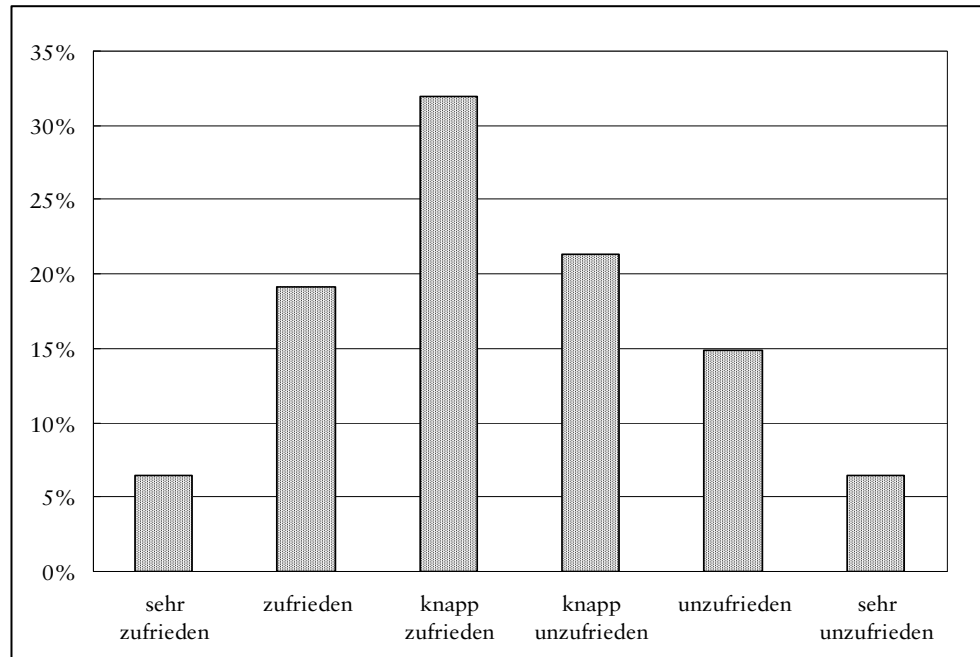
Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Befragten ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung sowie zu deren Praxisnutzen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 130 Besucherinnen und Besuchern haben 55 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit der Tagung knapp zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 3,6. Im Vergleich zu den anderen Veranstaltung ist dieser Wert relativ tief (Durchschnitt 4,4). In Darstellung D 5.6 ist die Verteilung der Antworten zur Zufriedenheit abge-

bildet. Lediglich ein Viertel der Befragten war mit der Tagung „sehr zufrieden“ beziehungsweise „zufrieden“.

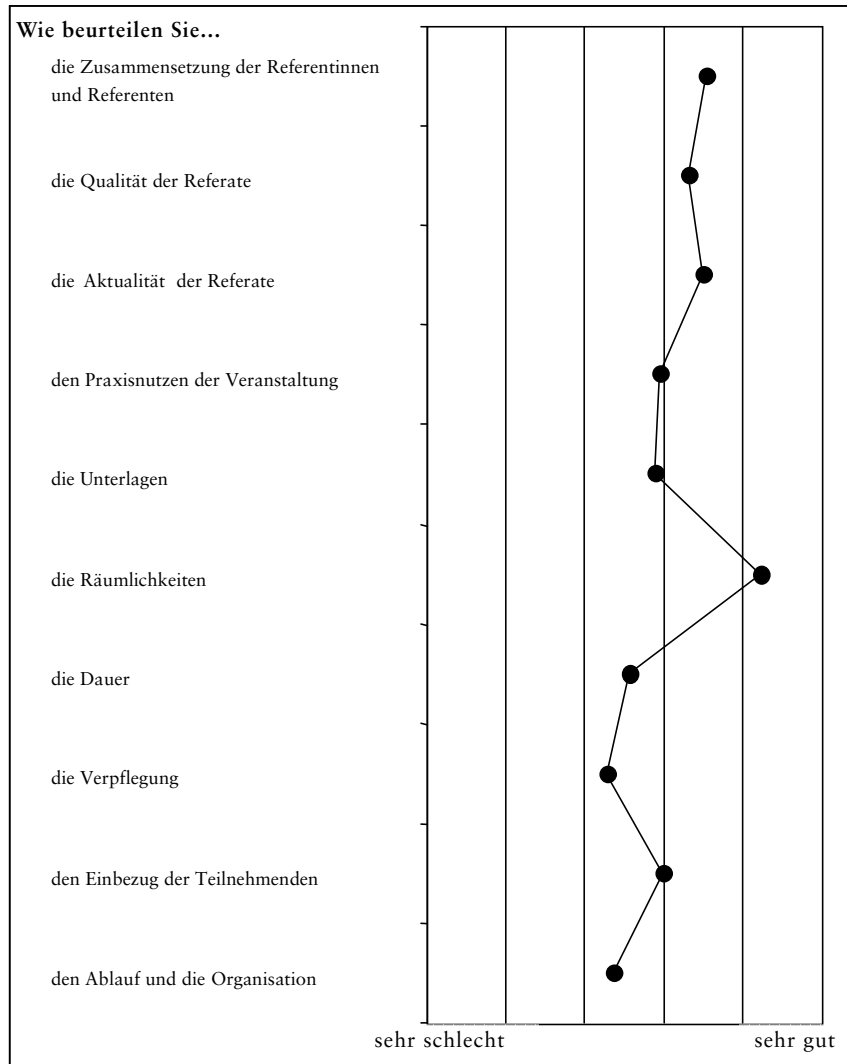
D 5.6: Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=55



Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse sind in der Darstellung D 5.7 zusammengefasst. Es wird deutlich, dass die Teilnehmenden mit der Veranstaltung unterschiedlich zufrieden waren. Sehr gut bewertet wurden die Räumlichkeiten. Nur knapp zufriedenstellend dagegen waren nach Ansicht der Befragten der Praxisnutzen und der Einbezug der Teilnehmenden. Unzufrieden war man mit dem Ablauf der Organisation und der Verpflegung. Diese Bewertung steht im Zusammenhang mit den bereits erwähnten Verzögerungen im Laufe des Vormittags und bei der Besichtigung des CERN. Mit den Inhalten, der Zusammensetzung, der Qualität und Aktualität der Referate waren die Teilnehmenden aber weitgehend zufrieden und geben dafür auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) den Wert 4,5 an, welcher etwas unter dem Durchschnitt für alle Veranstaltungen (4,7) liegt.

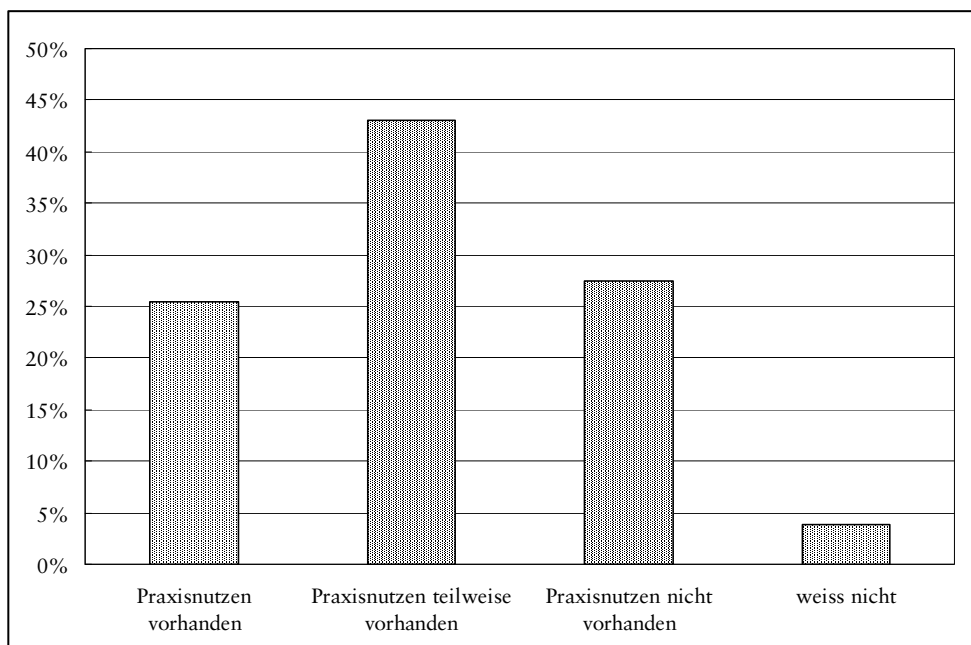
D 5.7: Bewertung einzelner Elemente der Jahrestagung, N=48



Praxisnutzen der Tagung

Ob der Besuch der Veranstaltung eine Auswirkung auf den Alltag haben werde, beurteilen die Teilnehmenden unterschiedlich. Die Ergebnisse werden in Darstellung D 5.8 zusammengefasst.

D 5.8: Auswirkungen der Veranstaltung auf die Praxis, N=51



Fast ein Viertel der Befragten antwortete auf die Frage, ob ein Praxisnutzen vorhanden sei, mit ja. Etwas mehr als 40 Prozent der Tagungsbesucherinnen und Besucher fand, das Gehörte werde teilweise in ihren Berufsalltag einfließen. Insgesamt gaben 69 Prozent der Befragten an, dass die Veranstaltung einen praktischen Nutzen habe. Dieser Anteil liegt tiefer als der Durchschnittswert für alle Veranstaltungen (80 Prozent). Für etwa ein Viertel hatte die Veranstaltung keine Wirkung in der Praxis. Rund 4 Prozent gaben an, sie wüssten es nicht.

Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Tagungsteilnehmern Kontakt aufzunehmen. 27 Prozent der Antwortenden gaben an, dass sie Kontakte aufnehmen möchten. Mit 43 Prozent ist der Anteil jener, die angaben vielleicht mit jemandem in Kontakt zu treten, deutlich grösser. Etwas weniger als ein Drittel hatte nicht die Absicht, nach der Tagung weitere Kontakte aufzunehmen.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen der Teilnehmenden an die Tagung waren lediglich zu 28 Prozent erfüllt worden. Im Vergleich zu den anderen Tagungen ist dieser Wert eher tief (Durchschnitt 43 Prozent). Der grösste Anteil der

Teilnehmenden (60%) gab an, ihre Erwartungen seien nur teilweise erfüllt worden. 13 Prozent der Teilnehmenden waren enttäuscht und sahen ihre Erwartungen nicht erfüllt.

5.4 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungskriterien zusammen und sind in Darstellung D 5.9 aufgeführt. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

D 5.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	Ressort Spitäler	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	4	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	14	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	100	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	460	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	98	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	3,6	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,5	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	69	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	28	43

Die Stärken der Veranstaltung lagen bei der qualitativen und quantitativen Erreichung des Zielpublikums sowie dem günstigen Kosten-Nutzen-Verhältnis. Aus organisatorischer Sicht waren die nicht Einhaltung des Zeitplans und die Besichtigung im CERN zu bemängeln. Letzteres fanden die Teilnehmenden eine gute Idee. Sie wurde aber mangelhaft umgesetzt. Es ist anzunehmen, dass die eher tiefen Werte für die generelle Zufriedenheit (3,6) und für den Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind (28 Prozent) mit der Organisation der Tagung in Verbindung stehen. Die Inhalte der Veranstaltung wurden von den Teilnehmenden deutlich besser bewertet und liegen nur wenig unter dem Durchschnittswert der übrigen Tagungen.

6 Jahresveranstaltung des Ressorts Industrie

Ende Mai 1999 fand die Jahrestagung des Ressorts Industrie in Winterthur statt. Die Veranstalter haben hier bewusst auf eine halbtägige Veranstaltung mit Podiumsdiskussion gesetzt. Ziel der Veranstaltung war es, die Kader von Unternehmungen aus allen möglichen Sektoren zu erreichen, welche sich über einen effizienten Einsatz der Energie informieren wollten. Im Rahmen der Tagung wurden deshalb die Möglichkeiten effizienter Energienutzung und die Bedeutung von Prozessoptimierungen thematisiert. Zuerst wurde das Energie-Modell Schweiz und die Aktivitäten des Ressorts durch den Ressortleiter vorgestellt. Im Anschluss äusserte sich der stellvertretende Direktor des Bundesamtes für Energie zur Bedeutung freiwilliger Vereinbarungen von Grossverbrauchern zur Eindämmung der CO₂-Emissionen. Anhand verschiedener Kennzahlen ging der Geschäftsleiter der Thurpapier auf die Bedeutung der Energiekosten als Standortfaktor ein. Das Referat eines Vertreters Watt AG befasste sich mit den Auswirkungen eines liberalisierten Strommarktes für Grosskunden. Vor dem abschliessenden Podiumsgespräch mit allen Referenten stellte der Geschäftsleiter der Braun Medical AG die Erfahrungen seines Betriebes mit dem Energie-Modell und der damit verbundenen Prozessoptimierungen vor.

6.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung

Die Vorbereitungen und Organisation der Veranstaltung wurden einerseits an Hand der uns mitgeteilten Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung durch einen Vertreter von Interface selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese zwei Aspekte ein.

Werbung

Mit Hilfe von Adressen der Adressen und Werbezentrale (AWZ) wurden rund 8'000 Einladungen an grössere Betriebe mit unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen verschickt. Gemäss Angaben der Marketingleitung des Ressorts Industrie wurden ausschliesslich Betriebe mit mehr als 100 Mitarbeitenden angeschrieben, welche in den Branchen Industrie, Handel, Gewerbe und Dienstleistung tätig waren. Auch den Bereich der Hotellerie versuchte man zu erreichen, in dem man Hotels mit einer Kapazität von über 50 Betten anschrieb. Zusätzlich wurden in verschiedenen Printmedien (Cash, Tages-Anzeiger, Neue Zürcher Zeitung,

Handelszeitung) in Inseraten auf die Veranstaltung aufmerksam gemacht. Setzt man die Zahl der Kontaktierten Personen ins Verhältnis zu den Teilnehmenden, ergeben sich rund 133 „Werbekontakte„ pro teilnehmende Person. Diese Verhältniszahl ist im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen eher hoch einzuschätzen.

Die Befragung der Teilnehmenden hat gezeigt, dass der grösste Teil der Besucherinnen und Besucher sowohl mit dem Zeitpunkt der Einladung, dem Inhalt, der Aufmachung und dem Anmeldeprozedere zufrieden war.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Tagung vom 27. Mai beurteilt. Gestützt darauf darf die Organisation der Veranstaltung positiv bewertet werden. Die einzelnen Ergebnisse präsentieren sich zusammenfassend wie folgt.

D 6.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	3
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	2
• Veranstaltung: Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	3
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	3
Total	17

Die Organisation der Veranstaltung kann bei 17 erreichten Punkten von einem möglichen Punktemaximum von 18 Punkten insgesamt als gut beurteilt werden. Als einziger Kritikpunkt kann die für das Podiumsgespräch nicht sonderlich geeignete Wahl des Saals genannt werden. Trotz längerer Dauer der Referate konnte der Zeitplan mittels einer leicht verkürzten Pause eingehalten werden. Ebenfalls positiv zu

erwähnen ist der Tagungsband, welcher die wichtigsten Informationen zu den Referaten zusammenfasste und allen Teilnehmenden vor der Veranstaltung abgegeben wurde.

6.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurde einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Zahl der erreichten Zielgruppen

Aufgrund der Anmeldeliste und eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 6.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	50
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	10
Total	60

Insgesamt darf die Zahl der Teilnehmenden angesichts der Anzahl verschickter Einladungen als eher tief bezeichnet werden. Im Vorfeld der Tagung rechneten die Organisatoren mit ungefähr 150 Teilnehmenden. Von den anfänglichen Vorgaben konnten lediglich 60 Prozent der erwarteten Personen erreicht werden.

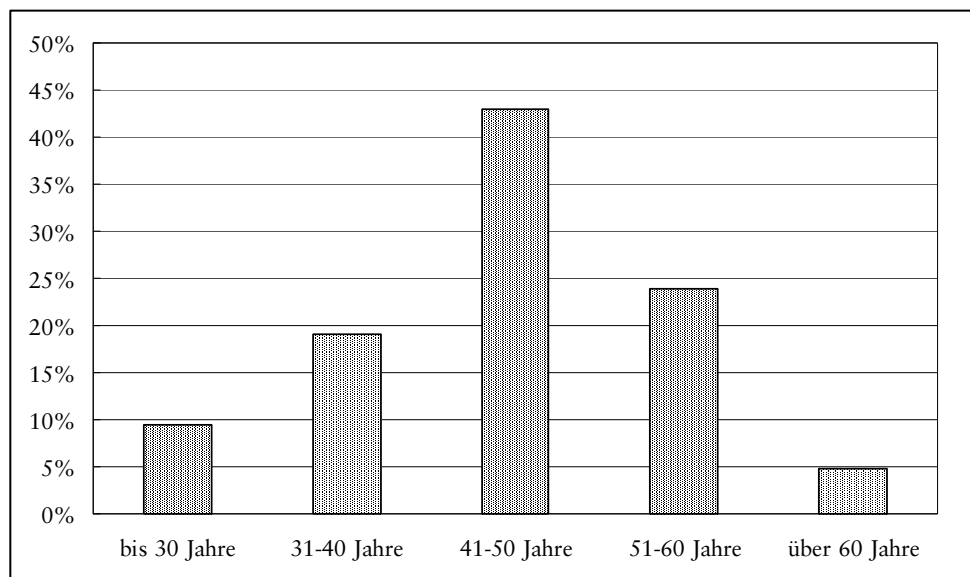
Kosten pro teilnehmende Person

Insgesamt wurde für die Veranstaltung ein Budget von 45'800 Franken eingesetzt. Nach Abzug der Einnahmen für die Tagungsgebühr und den Tagungsband bleiben Kosten von rund 35'500 Franken. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 710 Franken pro erreichte Person (ohne Referenten und Organisatoren). Dies muss im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen als hoch bezeichnet werden.

Merkmale der erreichten Zielgruppe

Von den Teilnehmenden waren über 95 Prozent Männer. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen.

D 6.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=29



Neben der Anzahl der Teilnehmenden ist für den Erfolg der Veranstaltung auch entscheidend, welche Zielgruppen erreicht werden konnten. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch die Befragung der Teilnehmenden (29 ausgefüllte Fragebogen) und die Präsenzliste der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ermittelt. Wie die tabellarische Darstellung D 6.4 zeigt, konnte mit den Industrievertretern die wichtigste Zielgruppe erreicht werden. Ebenfalls ist es gelungen, Vertreter von Dienstleistungs- und Handelsbetrieben anzusprechen. Nicht erreicht wurden dagegen Vertreter aus den Branchen Tourismus und Hotellerie. Der Anteil der erreichten Zielgruppe kann gesamthaft mit 67 Prozent beziffert werden. Dieser Wert liegt leicht unter dem Durchschnittswert für alle Veranstaltungen (73 Prozent). Die relativ grosse Zahl von „Energiefachleuten“ und Vertretern von Elektrizitätswerken lässt sich teilweise durch die eingeladenen Referenten und die behandelten Schwerpunkte erklären.

D 6.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (n=29)
• Vertreter aus der Industrie	• Vertreter aus der Industrie	56%
• Vertreter aus Dienstleistungs- betrieben, Handel, Hotellerie	• Energiefachleute	15%
• Presse	• Vertreter von Elektrizitätswer- ken	13%
	• Vertreter aus Dienstleistungs- betrieben und Handel	11%
	• Politiker	3%
	• öffentliche Verwaltung	3%
	• andere	2%

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse besucht. Fast ein Fünftel der Teilnehmenden nahm an der Veranstaltung teil um Informationen aus erster Hand zu bekommen, dies war unter anderem auch eines der Ziele dieser Veranstaltung. Wichtige Motive zur Teilnahme waren ferner „privates Interesse“ und der Aspekt der Weiterbildung.

D 6.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen?	in % der Nennungen (N=29)
aus beruflichem Interesse	33%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	18%
aus privatem Interesse	11%
zur Weiterbildung	10%
um informelle Kontakte zu knüpfen	7%
aus beruflicher Verpflichtung	7%
um Leute kennenzulernen	5%
um Präsenz zu markieren	5%
um Fragen stellen zu können	2%
aus Neugier	2%
anderes	2%

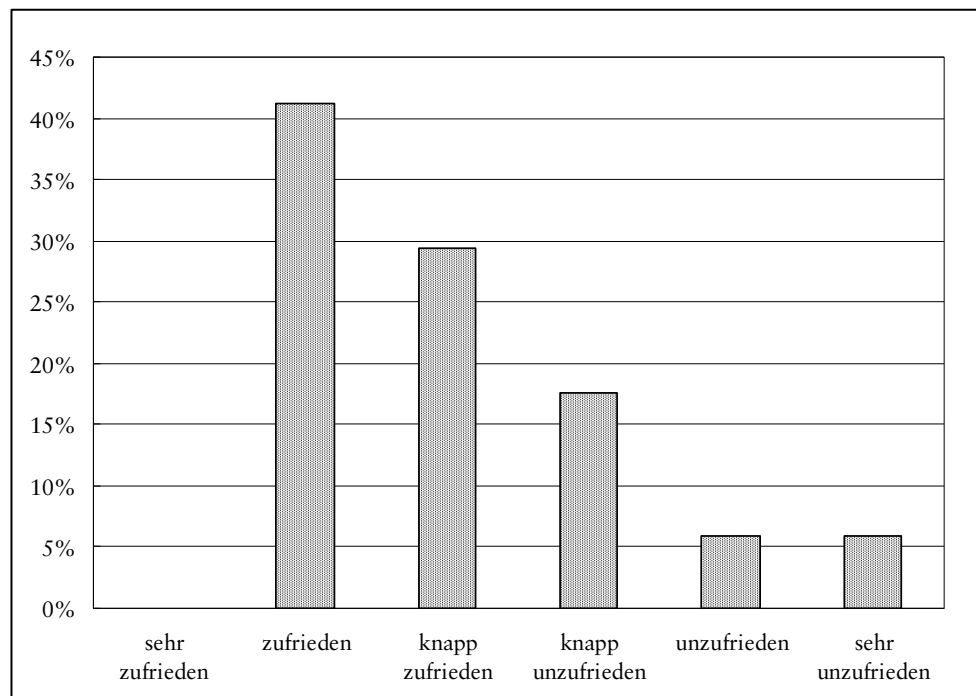
6.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Befragten ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung sowie zu deren Praxisnutzen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 50 Besucherinnen und Besuchern haben 29 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit der Tagung knapp zufrieden. Auf einer Skala von 6 (sehr zufrieden) bis 1 (sehr unzufrieden) resultierte ein Mittelwert von 3,9. Die untenstehende Grafik zeigt die Verteilung der Antworten. Im Vergleich zu den anderen Veranstaltung ist dieser Wert relativ tief (Durchschnitt 4,4)

D 6.6: *Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=29*

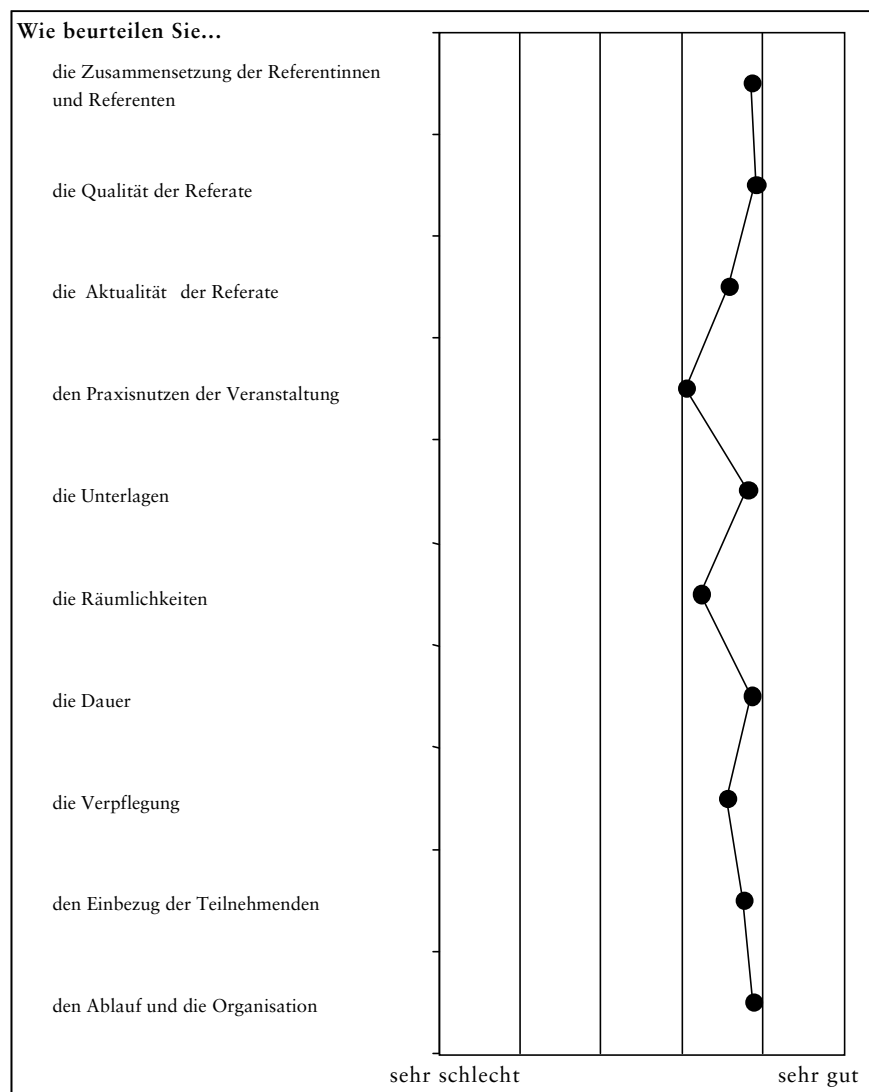


Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse werden in der Darstellung D 6.7 auf der folgenden Seite zusammengefasst. In der Grafik wird deutlich, dass die Teilnehmenden mit der Qualität der Referate und der Zusam-

mensetzung der Referenten zufrieden waren. Die Teilnehmenden bewerteten diesen Aspekt auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) mit dem Wert 4,8, welcher etwas über dem Durchschnitt für alle Veranstaltungen (4,7) liegt. Auch die Dauer der Veranstaltung und der Ablauf der Organisation wurden positiv bewertet. Am wenigsten gut – aber immer noch deutlich positiv – wurden der Praxisnutzen der Veranstaltung und die Räumlichkeiten durch die Teilnehmenden beurteilt.

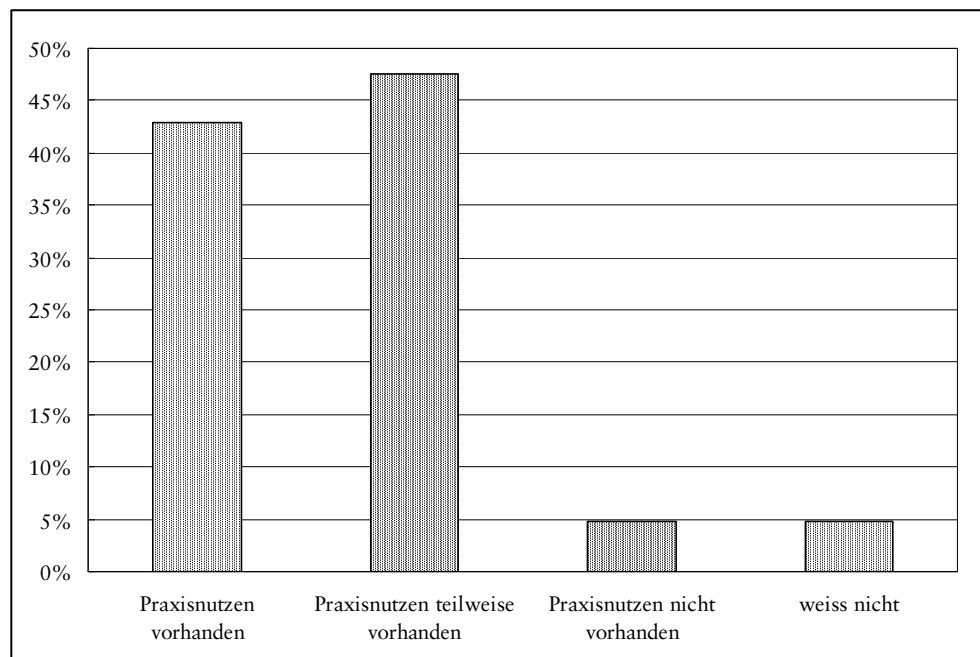
D 6.7: *Bewertung einzelner Elemente der Jahrestagung, N=29*



Praxisnutzen der Tagung

Ob der Besuch der Veranstaltung eine Auswirkung auf den Alltag haben werde, beurteilen die Teilnehmenden unterschiedlich. Die Ergebnisse sind in Darstellung D 6.8 zusammengefasst.

D 6.8: *Auswirkungen der Veranstaltung auf die Praxis, N=29*



Mit über 90 Prozent ist der Anteil der Befragten, welche angaben, dass die Veranstaltung einen Praxisnutzen aufweist, hoch. Lediglich für fünf Prozent der Teilnehmenden hatte die Veranstaltung keinen praktischen Nutzen. Rund fünf Prozent gaben an, sie wüssten es nicht.

Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Tagungsteilnehmern Kontakt aufzunehmen. 25 Prozent der Antwortenden gaben an, dass sie Kontakte aufnehmen möchten. Etwa 60 Prozent gaben an, vielleicht mit jemandem in Kontakt zu treten. Lediglich 15 Prozent hatten nicht die Absicht, nach der Tagung weitere Kontakte aufzunehmen.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen von 38 Prozent der Teilnehmenden waren erfüllt worden. Dieser Wert entspricht in etwa dem Durchschnittswert für alle

Veranstaltungen. Der grösste Anteil der Teilnehmenden (61 Prozent) gaben an, ihre Erwartungen seien teilweise erfüllt worden. Keine der teilnehmenden Personen gab an, dass die Erwartungen nicht erfüllt worden waren.

6.4 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungskriterien zusammen. Diese sind in der unten stehenden Darstellung D 6.9 zusammengefasst. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

D 6.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	Ressorts Industrie	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemassnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	133	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	17	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	60	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	710	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	67	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	3,9	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,8	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	90	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	38	43

Die Stärken der Veranstaltung lagen bei den Vorbereitungen und den Inhalten der Tagung. Trotz der konzentrierten Form der Veranstaltung auf den Nachmittag und intensiver Werbung konnte die erwartete Teilnehmerzahl nicht ganz erreicht werden. Von den Teilnehmenden wurde die Dauer der Veranstaltung mehrheitlich positiv bewertet. Die zahlenmässig geringe Beteiligung an der Tagung führte zwangsläufig zu einem schlechten Kosten-Nutzen-Verhältnis. Gemäss Organisatoren lagen Aufwand und Ertrag der Veranstaltung in ungünstigem Verhältnis. Beim Ressort Industrie setzte man deshalb bereits in der Vergangenheit eher auf regionale Meetings von Industrievertretern. Bei Tagungen in einer Region kann man gemäss Aussagen der Ressortverantwortlichen besser auf vorhandene Kanäle zu regionalen Industrieverbänden setzen.

7 Jahresveranstaltung des Ressorts öffentliche Hand

Am 1. Juni fand in Bern unter dem Titel „Energistädte gehen neue Wege“ die Jahresveranstaltung des Ressorts öffentliche Hand statt. Diese Tagung war in die Fachmesse „Gemeinde ‘99“ eingebettet und fand auf dem Gelände der BEA statt. Die „Gemeinde ‘99“ ist eine nationale Fachmesse für öffentliche Betriebe und Verwaltungen, in deren Rahmen die verschiedensten Produkte für Gemeinden vorgestellt werden. Die Jahrestagung des Ressorts öffentliche Hand gliederte sich in einen Teil mit Referaten und vier parallel stattfindenden Workshops. Das Vormittagsprogramm wurde durch ein Referat des Generalsekretärs des Schweizerischen Gemeindeverbandes eröffnet. Danach folgten Referate zu einem neuen Verkehrsverständnis in den Gemeinden, den Impulsen der Expo.01 auf die Gemeinden und dem Label „Energiestadt“. Am Nachmittag bestand die Möglichkeit, einen der vier angebotenen Workshops zu besuchen. In den ersten beiden Workshops wurden Erfahrungen zur Förderung des Velo- und Mischverkehrs aus den Gemeinden Kriens und Köniz vorgestellt. Die Resultate der Motivationskampagne „Eile mit Weile - freiwillig Tempo 30 in Münsingen“ wurden im dritten Workshop thematisiert. Der vierte Workshop befasste sich mit dem Thema der kombinierten Mobilität und dem Carsharing. Im Anschluss daran wurden die Resultate der einzelnen Workshops im Plenum zusammengefasst. Die Tagung endete mit einem Apéro.

7.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung

Die Vorbereitungen und Organisation der Veranstaltung wurden einerseits an Hand der uns gemeldeten Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese zwei Aspekte ein.

Werbung

Das Ressort hat das Programm der Tagung an rund 4'500 deutschsprachige Gemeinden verschickt. Bei grösseren Gemeinden wurden zusätzlich die Bauverwaltungen und die Fachstellen für Energie und Umwelt angeschrieben. Parallel dazu wurden mittels Inseraten in zwei Zeitschriften für kommunale Verwaltungen auf die Tagung aufmerksam gemacht. Mittels einer Nachfassaktion vor der Veranstaltung versuchten die Organisatoren, die Zahl der Anmeldungen noch etwas zu erhöhen. Pro teilnehmende Person waren dadurch ungefähr 45 „Werbekon-

takte“ nötig und können im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen als gut bezeichnet werden. Die Befragung der Teilnehmenden hat zudem gezeigt, dass der grösste Teil der Besucherinnen und Besucher sowohl mit dem Zeitpunkt der Einladung, dem Informationsgehalt, der Aufmachung und dem Anmeldeprozedere zufrieden war.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Tagung vom 1. Juni 1999 beurteilt. Gestützt darauf darf die Organisation der Veranstaltung als gut bezeichnet werden. Die einzelnen Ergebnisse präsentieren sich zusammenfassend wie folgt.

D 7.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	2
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung: Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	3
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	3
Total	17

Die Organisation der Veranstaltung kann bei 17 erreichten Punkten und einem möglichen Maximum von 18 Punkten als gut bezeichnet werden. Das einzige Verbesserungspotential, das im Rahmen der Organisation erwähnt werden kann, ist die ungenügende Wegweisung auf dem Expogelände zum Veranstaltungsort.

7.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurden einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Zahl der erreichten Zielgruppen

Aufgrund der Anmeldeliste und eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 7.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	100
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	10
Total	110

Bezüglich den Erwartungen der Organisatoren, welche mit rund 100 Teilnehmenden gerechnet haben, kann die Zahl der erreichten Personen positiv bewertet werden.

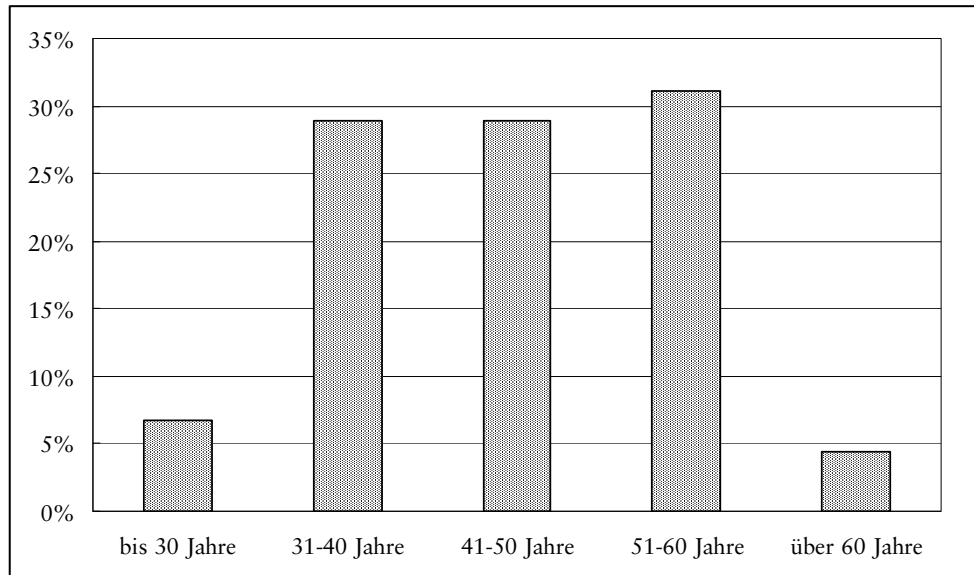
Kosten pro teilnehmende Person

Total wurde für die Veranstaltung ein Budget von 73'300 Franken eingesetzt. Nach Abzug der Einnahmen bleiben Kosten von rund 68'700 Franken. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 687 Franken pro erreichte Person (ohne Referenten und Organisatoren). Dieser Betrag muss im Vergleich zu den anderen Tagungen als eher hoch eingestuft werden und liegt über dem durchschnittlichen Betrag für alle Veranstaltungen (524 Fr.).

Merkmale der erreichten Zielgruppe

Von den Teilnehmenden waren rund 78 Prozent Männer. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen.

D 7.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=45



Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an den Veranstaltungen teilgenommen haben. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch die Befragung der Teilnehmenden (45 ausgefüllte Fragebogen) ermittelt.

Wie in Darstellung D 7.4 zu erkennen ist, konnten die erwarteten Zielgruppen zu rund 64 Prozent erreicht werden. Dieser Anteil der Teilnehmenden stammt aus dem Bereich der kommunalen Verwaltung. Daneben wurden auch private Energiefachleute angesprochen (16 Prozent).

D 7.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (N=45)
• Exekutive und Bauverwaltung von Gemeinden und Städten	• Energie- Umweltbeauftragte einer öffentlichen Verwaltung	23%
• Energiefachleute	• Mitglied der Gemeindeexekutive	18%
• Politiker	• private Energiefachleute	16%
	• Mitarbeitende im Bauamt oder der Bauverwaltung	15%
	• Mitarbeitende anderer Verwaltungsstellen	8%
	• privates Unternehmen	8%
	• anderes	8%
	• Vertreter eines kommunalen Elektrizitätswerkes	2%
	• Vertreter eines Verbandes	2%

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse besucht und weil sie Informationen aus erster Hand erhalten wollten. Auch der Aspekt der Weiterbildung und die Möglichkeit, informelle Kontakte zu knüpfen, gehören zu den wichtigsten Motiven.

D 7.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen?	in % der Nennungen (N=45)
aus beruflichem Interesse	28%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	15%
um informelle Kontakte zu knüpfen	12%
zur Weiterbildung	12%
um Leute kennenzulernen	11%
um Gedanken auszutauschen	9%
aus privatem Interesse	5%
aus beruflicher Verpflichtung	4%
um Präsenz zu markieren	2%
um Fragen stellen zu können	1%
aus Neugier	1%

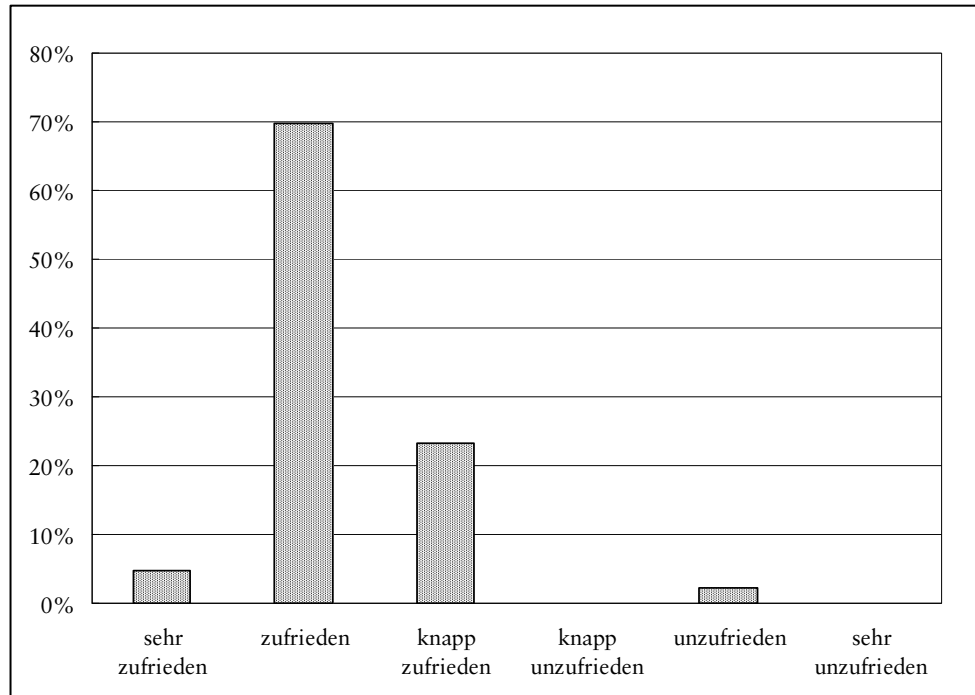
7.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

Im folgenden wird dargestellt, wie die Teilnehmenden die Veranstaltung beurteilen. Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Befragten ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung sowie zu deren Praxisnutzen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 100 Besucherinnen und Besuchern haben 46 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit der Tagung zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 4,7. Dieser Wert ist positiv zu werten und liegt deutlich über dem Durchschnitt für alle Veranstaltungen (4,4). Der grösste Teil der Besucherinnen und Besucher (70 Prozent) waren mit der Tagung zufrieden. Mit etwas mehr als zwei Prozent ist der Anteil der unzufriedenen sehr gering.

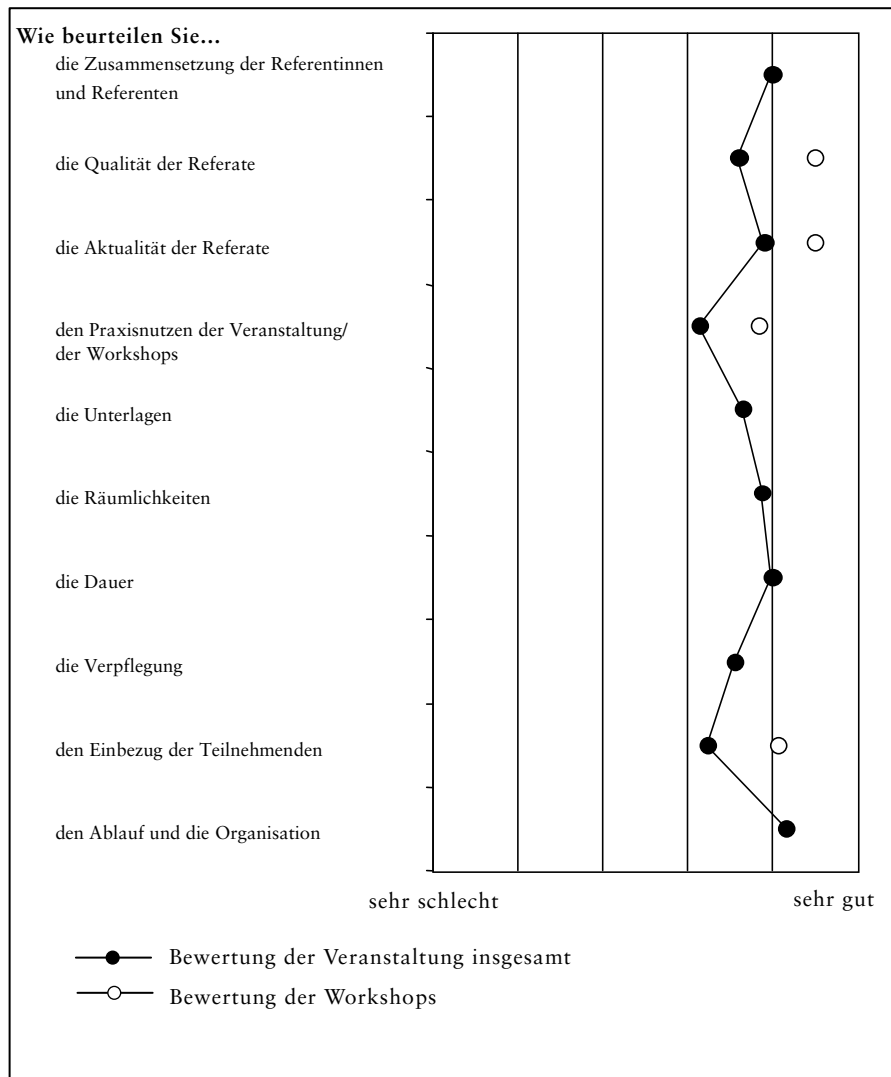
D 7.6: Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=46



Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse sind in der Darstellung D 7.7 zusammengefasst. In der Grafik wird deutlich, dass die Teilnehmenden grundsätzlich mit allen abgefragten Kriterien zufrieden waren. Am grössten ist die Zufriedenheit bezüglich des Ablaufs und der Organisation der Veranstaltung. Aber auch die Dauer und Zusammensetzung der Referenten sowie die Aktualität der gehörten Referate werden gut bewertet und erreichen auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) den Wert von 4,8. Auch diesen Wert gilt es wie bei der generellen Zufriedenheit positiv zu beurteilen. Am wenigsten gut – aber immer noch deutlich positiv – wurden der Praxisnutzen der Veranstaltung und der Einbezug der Teilnehmenden beurteilt. Etwas besser als die gesamte Veranstaltung wurden die einzelnen Workshops beurteilt. Vor allem die Qualität der Referate und der Einbezug der Teilnehmenden erhielten in den Workshops eine deutlich bessere Beurteilung.

D 7.7: Bewertung einzelner Elemente der Jahrestagung, N=46

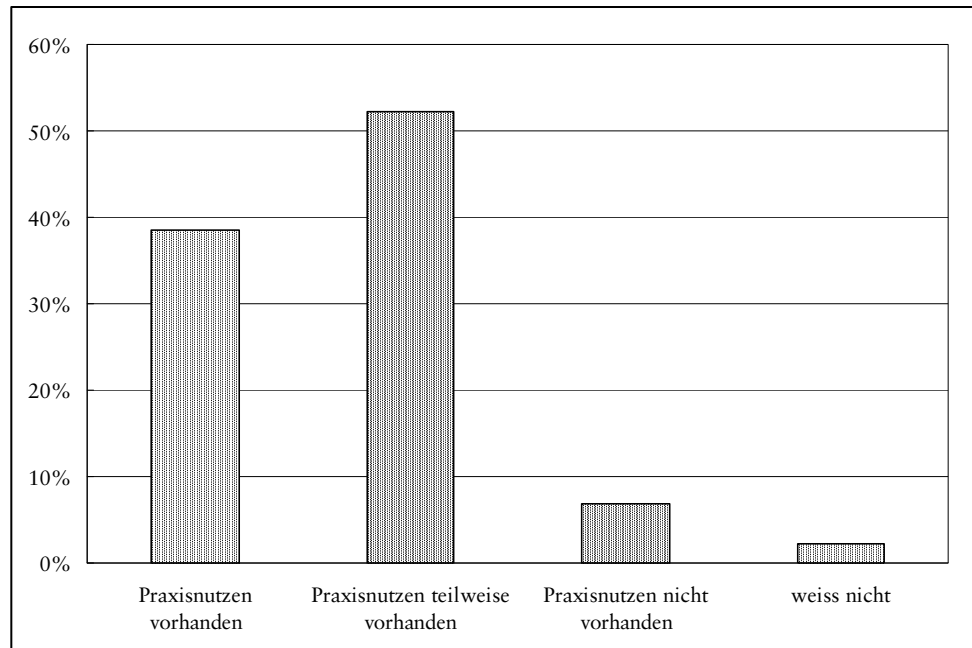


Praxisnutzen der Tagung

Ein wichtiger Faktor zur Beurteilung der Veranstaltung ist auch die Einschätzung des praktischen Nutzens der Veranstaltung. Die Beurteilung der Teilnehmenden ist in Darstellung D 7.8 abgebildet. Für fast ein Fünftel der Befragten hat die besuchte Veranstaltung einen praktischen Nutzen. Etwa die Hälfte der Tagungsbesucherinnen und Tagungsbesucher fand, das Gehörte werde teilweise in ihren Berufsalltag einfließen. Für über 90 Prozent der Teilnehmenden ist dadurch irgend ein praktischer Nutzen erkennbar. Dieser Wert liegt deutlich über dem durchschnittlichen Praxisnutzen aller Veranstaltungen (80 Prozent).

Weniger als 10 Prozent erkannten in der Veranstaltung keine praktische Wirkung.

D 7.8: Auswirkungen der Veranstaltung auf die Praxis, N=46



Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Tagungsteilnehmern Kontakt aufzunehmen. Die Hälfte der Antwortenden gab an, dass sie Kontakte aufnehmen werde. Der Anteil jener, die angaben, dass sie vielleicht mit jemandem in Kontakt treten, beträgt 37 Prozent. Lediglich 13 Prozent hatten nicht die Absicht, nach der Tagung weitere Kontakte aufzunehmen.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen der Teilnehmenden an die Tagung waren zu 60 Prozent voll und ganz erfüllt worden. Dies ist der höchste Anteil von erfüllten Erwartungen von allen untersuchten Veranstaltungen. Nur gerade 40 Prozent der Teilnehmenden gaben an, ihre Erwartungen seien nur teilweise erfüllt worden. Es gab niemand, der aufgrund der Erwartungen enttäuscht worden war.

7.4 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungskriterien zusammen. Diese sind in der unten stehenden Darstellung D 7.9 zusammengefasst. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

Die Stärken dieser Veranstaltung lagen bei der Vorbereitung, der quantitativen Erreichung der Zielgruppe und der Zufriedenheit der Teilnehmenden. Die Erwartungen der Tagungsbesucherinnen und Besucher wurden grösstenteils erfüllt und der praktische Nutzen wurde vergleichsweise hoch eingeschätzt. Da die gewünschten Zielgruppen im Rahmen der Veranstaltung „Gemeinde ‘99“ konnten gut erreicht werden. Der Synergieeffekt zwischen der Rahmenveranstaltung „Gemeinde ‘99“ und der Ressorttagung kam gut zum Tragen.

D 7.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	Ressort Öffentliche Hand	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	45	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	17	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	100	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	687	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	64	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,7	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,8	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	91	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	60	43

8 Jahresveranstaltung des Ressorts Wohnbauten

Die Jahresveranstaltung des Ressorts Wohnbauten fand am 16. Juni im Casino Luzern statt. Die Tagung mit dem Titel „Investitionen in den Wohnungsbau – Chancen und Risiken“ sollte vor allem Eigentümer und Bewirtschafter von Immobilien ansprechen. Nach der Eröffnung der Tagung durch einen bekannten Journalisten, der durch die Tagung führte, referierte ein Ständerat über die schweizerische Energiepolitik. Mit Referaten zum Stellenwert von Ökologie und Energie im Wohnungsbau sowie dem Wandel der Kreditpolitik bei Immobilien und Szenarien im Wohnungsmarkt wurde der Vormittag abgeschlossen. Nach der Mittagspause wies der Präsident des Hauseigentümergeverbandes auf die Bedeutung des Miet- und des Steuerrechts für Renovation von Immobilien hin. Die professionelle Bewirtschaftung von Immobilien zur nachhaltigen Sicherung und Steigerung des Ertrags wurden im anschließenden Referat thematisiert. In drei parallel abgehaltenen Praxisforen wurden Kostenrichtwerte zur Gebäudeerneuerung, der Minergie-Standard, die Partnerschaft mit dem Ressort Wohnbauten sowie das „Rating e-top“ als Planungsinstrument für Sanierungen vorgestellt. Zum Abschluss der Tagung fand eine Podiumsdiskussion mit allen Referenten statt.

8.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung

Auch hier wurden die Vorbereitungen und Organisation der Veranstaltung an Hand der Werbemassnahmen und des Besuches der Veranstaltung bewertet. Die diesbezüglichen Resultate sehen folgendermassen aus:

Werbung

Das Ressort hat 700 persönliche Einladungen und insgesamt 9'000 Prospekte verschickt. Die Einladungen und Prospekte wurden über die persönlichen Adressen des Ressorts und seiner Stützpunkte versandt. Dabei gelangte man unter anderem an die Mitglieder des Schweizerischen Verbandes der Immobilien-Treuhänder (SVIT) sowie diverse Pensionskassen und Hauseigentümer. Pro teilnehmende Person wurden rund 105 „Werbekontakte“ benötigt.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Tagung vom 16. Juni beurteilt. Gestützt darauf darf die Organisation der Veranstaltung als gut bezeichnet werden. Die einzelnen Ergebnisse präsentieren sich zusammenfassend wie folgt.

D 8.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	3
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung: Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	3
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	3
Total	18

Die Organisation der Veranstaltung kann bei 18 erreichten Punkten und einem möglichen Maximum von 18 Punkten insgesamt als gut beurteilt werden. In dieser Bewertung spiegeln sich die Bemühungen der Veranstalter, ein Symposium in gepflegter Atmosphäre zu veranstalten. Dies gelang durch die Wahl der Räumlichkeiten im Casino Luzern und den freundlichen Empfang der Teilnehmenden. Ebenfalls positiv zu erwähnen ist der Tagungsband, welcher nach der Veranstaltung in überarbeiteter Form allen Teilnehmenden zugestellt wurde.

8.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurde einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Zahl der erreichten Zielgruppen

Aufgrund der Anmeldeliste und eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 8.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	86
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	14
Total	100

angesichts der grossen Werbeaufwendungen rechneten die Organisatoren im Vorfeld der Veranstaltung mit rund 100 Teilnehmenden. Die Erwartungen bezüglich der Teilnehmerzahl konnten dadurch zu 86 Prozent erfüllt werden.

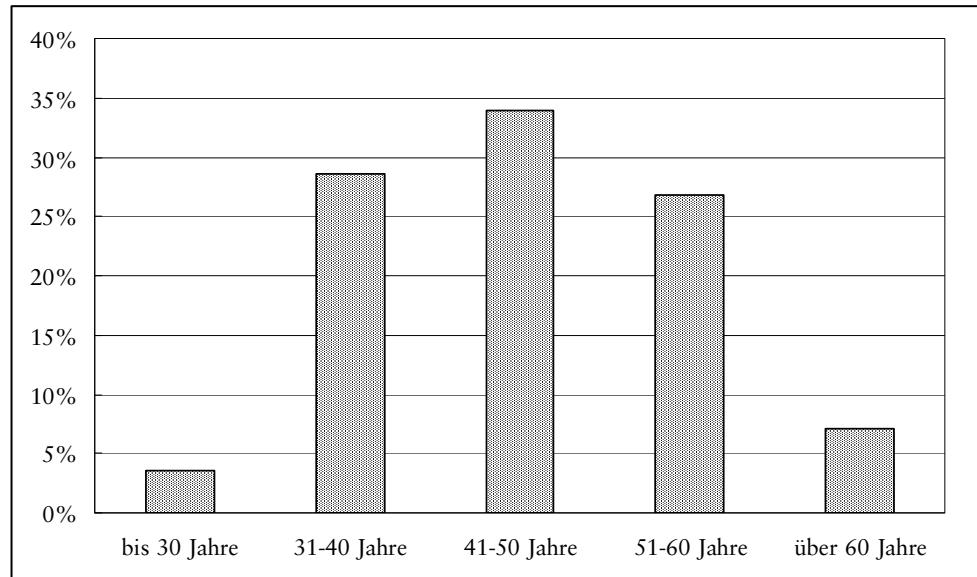
Kosten pro teilnehmende Person

Insgesamt wurde für die Veranstaltung ein Budget von 81'000 Franken eingesetzt. Nach Abzug der Einnahmen durch Tagungsbeiträge bleiben Kosten von rund 57'500 Franken. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 669 Franken pro erreichte Person (ohne Referenten und Organisatoren). Dieser Betrag liegt deutlich über dem Durchschnittswert für alle Veranstaltungen (524 Fr.). Die höheren Ausgaben lassen sich durch die gemieteten Räumlichkeiten und den aufwändigen Tagungsband erklären.

Merkmale der erreichten Zielgruppe

Von den Teilnehmenden waren über 80 Prozent Männer. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen.

D 8.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=56



Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an den Veranstaltungen teilgenommen haben. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch die Befragung der Teilnehmenden (56 ausgefüllte Fragebogen) ermittelt.

D 8.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (n=56)
• EigentümerIn einer Liegenschaft	• EigentümerIn einer Liegenschaft	23%
• BewirtschafterIn von Liegenschaften	• BewirtschafterIn von Liegenschaften	49%
• Portefeuille-, Kreditmanager von Banken und Versicherungen	• PlanerIn/ UnternehmerIn	13%
• Architekten, Planer	• VertreterIn einer öffentlichen Verwaltung	6%
	• VertreterIn eines Verbandes	5%
	• VertreterIn einer Bank	3%
	• andere	1%

Wie Darstellung D 8.4 zeigt, konnten die wichtigsten vier Zielgruppe erreicht werden. Insgesamt beträgt der Anteil der erwünschten Zielgruppen am Total der Teilnehmenden 86 Prozent. Dieser Wert ist im Vergleich zu den anderen Veranstaltungen als hoch einzustufen. Die Veranstalter werteten zudem die gute regionale Vertretung der erreichten Zielgruppen als Erfolg.

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse und zur Weiterbildung besucht. Die Teilnehmenden möchten auch Informationen erhalten und die Möglichkeit haben, informelle Kontakte zu knüpfen.

D 8.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen?	in % der Nennungen (N=56)
aus beruflichem Interesse	35%
zur Weiterbildung	20%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	15%
um informelle Kontakte zu knüpfen	8%
um Gedanken auszutauschen	6%
aus beruflicher Verpflichtung	5%
um Leute kennenzulernen	4%
aus privatem Interesse	4%
um Präsenz zu markieren	1%
aus Neugier	1%
anderes	1%

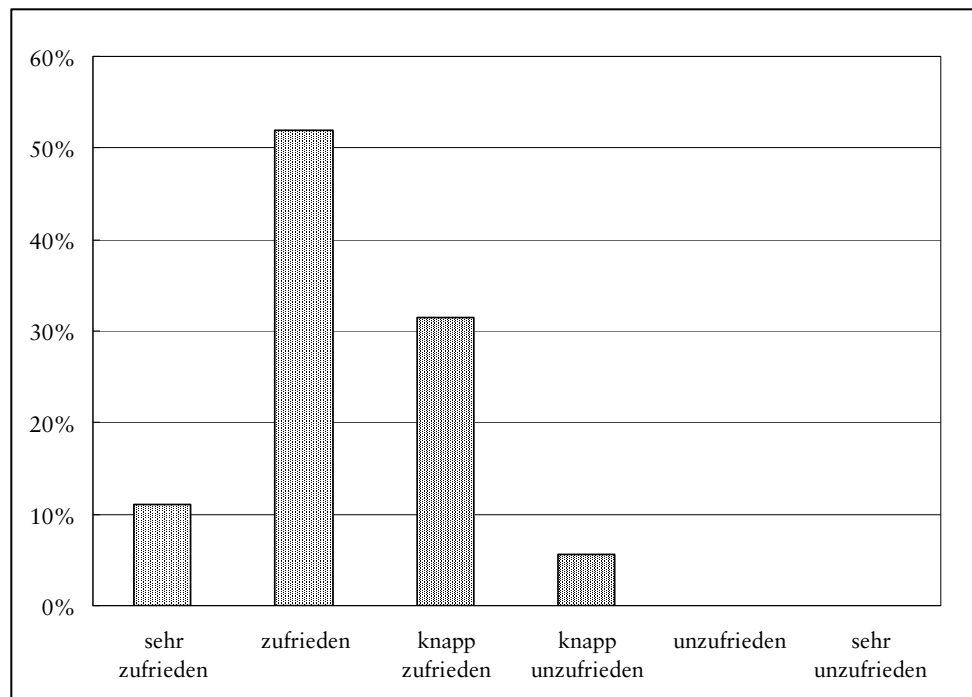
8.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

Im folgenden wird dargestellt, wie die Teilnehmenden die Veranstaltung beurteilen. Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Befragten ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung und den drei Praxisforen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 86 Besucherinnen und Besuchern haben 56 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit der Tagung zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 4,7. Diese Bewertung liegt deutlich über dem Mittelwert aller Veranstaltungen (4,4). Die Darstellung D 8.6 zeigt die Verteilung der Antworten. Rund 60 Prozent der Teilnehmenden waren zufrieden bis sehr zufrieden mit dem Gebotenen. 30 Prozent waren knapp zufrieden und lediglich 6 Prozent gaben an, dass sie nur knapp unzufrieden waren.

D 8.6: *Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=56*

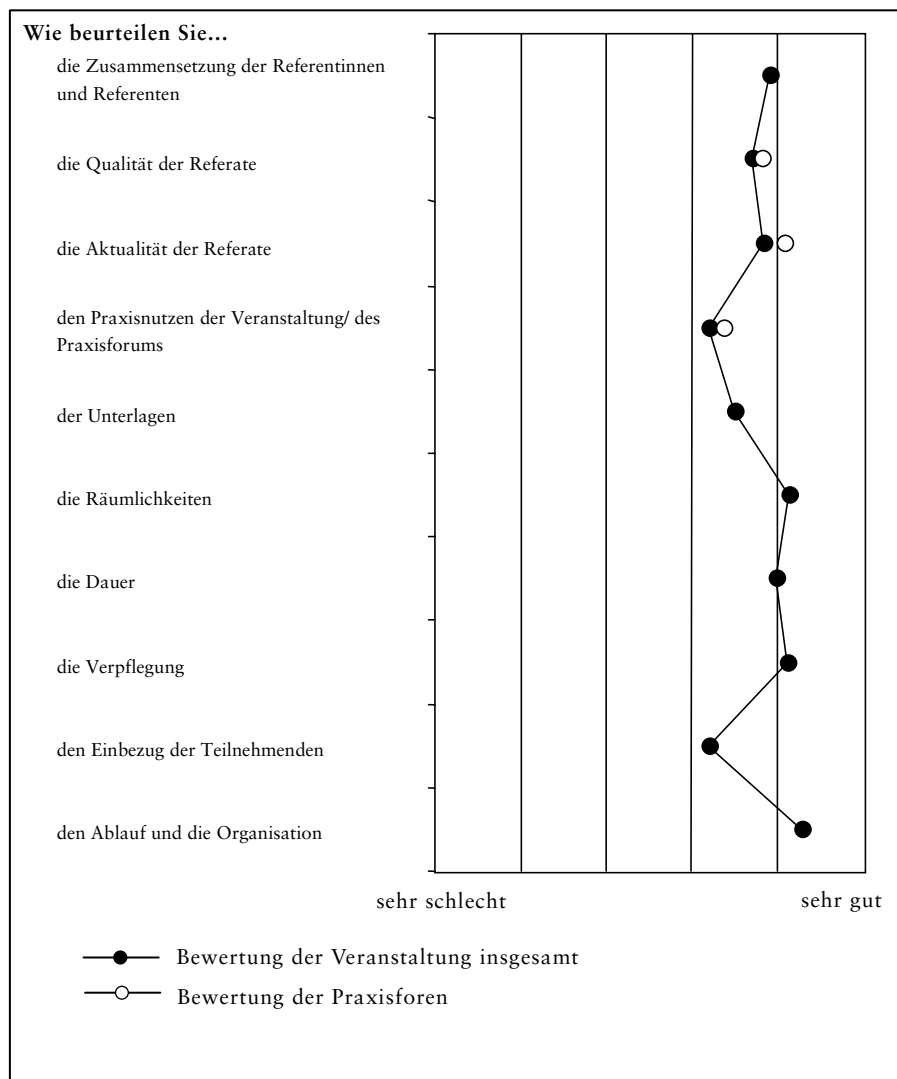


Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung sowie die Praxisforen zu bewerten. Die Ergebnisse sind in der Darstellung D 8.7 zusammengefasst. Aus der Grafik geht hervor, dass die Teilnehmenden grundsätzlich mit allen abgefragten Dimensionen zufrieden waren. Einmal mehr zeigte sich, dass die Teilnehmenden ihren Einbezug in die Veranstaltung am zurückhaltendsten bewerteten. Allerdings wurde für die Praxisforen keine entsprechende Bewertung ab-

gefragt. Es ist jedoch anzunehmen, dass aufgrund der Anzahl Personen in den Praxisforen der Einbezug der Teilnehmenden dort besser umgesetzt werden konnte. Die Inhalte, Zusammensetzung, Qualität und Aktualität der Referate wurden auf der Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) mit 4,9 beurteilt. Dieser Wert liegt etwas über dem Durchschnitt für alle untersuchten Veranstaltungen (4,7).

D 8.7: *Bewertung einzelner Elemente der Jahrestagung, N=56*



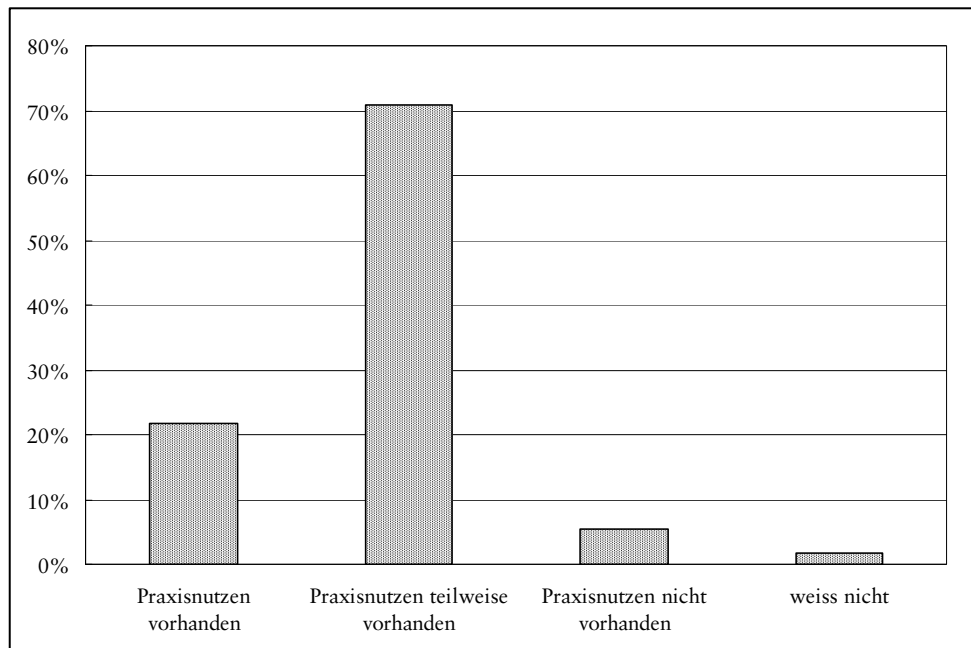
Die Aktualität und der praktische Nutzen der einzelnen Referate in den Praxisforen wurden etwas besser bewertet als die Referate im Plenum. Positiv wurden auch der Ablauf der Organisation, die Räumlichkeiten und die Verpflegung beurteilt. Die durchwegs positive Bewertung der

Inhalte entspricht auch der generellen Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung. Aus den Rückmeldungen der Besucherinnen und Besucher ging hervor, dass man sich gerne eine Frau unter den Referierenden gewünscht hätte.

Praxisnutzen der Tagung

Ob der Besuch der Veranstaltung eine Auswirkung auf den Alltag haben werde, beurteilen die Teilnehmenden unterschiedlich. Die Ergebnisse sind in Darstellung D 8.8 zusammengefasst.

D 8.8: Auswirkungen der Veranstaltung auf die Praxis, N=56



Für einen Fünftel der Befragten hatte die Tagung einen direkten Praxisnutzen. Der grösste Teil der Befragten (70 Prozent) fand, dass die Inhalte der Tagung teilweise einen praktischen Nutzen haben. Insgesamt hatte die Tagung für 93 Prozent der Besucherinnen und Besucher einen praktischen Nutzen. Dieser Anteil ist im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen gross. Lediglich für sechs Prozent der Befragten hatte die Tagung keine Auswirkungen auf den Alltag.

Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Tagungsteilnehmern Kontakt aufzunehmen. 29 Prozent der Antwortenden gaben an, dass sie Kontak-

te aufnehmen möchten. Etwas grösser ist der Anteil jener, welche vielleicht Kontakte aufnehmen (38 Prozent). Fast ein Drittel hat nicht die Absicht, nach der Tagung weitere Kontakte aufzunehmen.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen der Teilnehmenden an die Tagung waren zu 33 Prozent erfüllt worden. Der grösste Anteil der Teilnehmenden (63%) gaben an, ihre Erwartungen seien nur teilweise erfüllt worden. Eine Minderheit von 4 Prozent der Teilnehmenden ist enttäuscht und sieht ihre Erwartungen nicht erfüllt.

8.4 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungskriterien zusammen. Diese sind in der unten stehenden Darstellung D 8.9 zusammengefasst. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

Die Stärken der Veranstaltung lagen bei der Organisation und den behandelten Inhalten. Gemäss Aussagen der Organisatoren machte es sich bezahlt, die Anliegen des Ressorts Wohnbauten nicht primär über das Thema Energie 2000, sondern von den Kundenbedürfnissen her über die Thematik der Investitionen im Immobilienmarkt zu transportieren. Dieses Vorgehen schlug sich nicht nur in den positiven Bewertungen der Themen und Referate nieder, sondern auch bei der Beurteilung des praktischen Nutzens der Veranstaltung. Bei der Wahl der Räumlichkeiten orientierten sich die Verantwortlichen an den Standards der angesprochenen Zielgruppe, was sich entsprechend auf die finanziellen Aufwendungen auswirkte. Besonders zu erwähnen gilt es die Idee der Nachbearbeitung des Tagungsbandes. Mit der Zustellung der überarbeiteten Fassung konnte an die Tagung erinnert werden. Gleichzeitig konnte auf die Veranstaltung im nächsten Jahr hingewiesen werden.

D 8.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	Ressorts Wohn- bauten	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	105	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	18	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	86	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	669	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	88	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,7	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,9	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	93	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	33	43

9 Energie 2000 an der SUN21 in Basel

Im Rahmen der Veranstaltung SUN21 fand am 27. August 1999 die Tagung „Energie 2000 trifft Europa“ statt. Die SUN21 ist eine internationale Aktions- und Kongresswoche zur Förderung der Energieeffizienz und der erneuerbaren Energien in der Region Basel, der Schweiz und ausgewählten Partnerländern. Das Aktionsprogramm Energie 2000 lud aufgrund seiner achtjährigen Erfahrung zum internationalen Erfahrungsaustausch nach Basel ein. Nach der Einleitung des Eröffnungsplenums durch Prof. Dr. Ernst Ulrich von Weizsäcker wurde der aktuelle Stand von Energie 2000 präsentiert. Anschliessend stellten die einzelnen Ressortleiter die Thesen für die vier parallel geführten Workshops der einzelnen Aktionsbereiche von Energie 2000 vor. Im ersten Workshop des Ressorts Treibstoffe wurden neue Erkenntnisse und Dienstleistungen zur kombinierten Mobilität und dem Mobilitätsmanagement präsentiert. Im zweiten Workshop des Ressorts Regenerierbare Energien zur Thematik der Sonnenenergie informierten in- und ausländische Experten über zukünftige Förderungsinstrumente. Das Ressort Industrie leitete den dritten Workshop in welchem die Steigerung der Energieeffizienz von Grossverbrauchern in Zusammenhang mit dem Energie-Modell bewertet wurde. Im Workshop des Ressorts Gewerbe und Dienstleistungen diskutierten Fachleute über die Betriebsoptimierung und des Einspar-Contracting. Im kurzfristig ins Programm aufgenommen vierten Workshop, wurde die Machbarkeitsstudie einer „Basel Agency for Sustainable Energie“ (BASE) vorgestellt und diskutiert. Ergänzt wurde die Veranstaltung durch die Präsentation von innovativen Produkten und Dienstleistungen aus dem Umfeld von Energie 2000. Im Foyer standen unter anderem ein Eco-Drive-Simulator, das Powerbike „Flyer“ sowie ein Mobility-Auto. Im Anschluss an die Workshops fand das Schlussplenum statt, in welchem die Ergebnisse aus den einzelnen Workshops zusammengetragen und diskutiert wurden.

9.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung

Die Vorbereitungen und Organisation der Veranstaltung wurden einerseits an Hand der uns mitgeteilten Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese zwei Aspekte ein.

Werbung

Die Ressorts wurden von der Firma Ökomeedia bei der Vorbereitung, Durchführung und Bewerbung der Veranstaltung unterstützt. Ökomeedia hat diverse Werbe- und PR-Aktionen durchgeführt, um eine möglichst grosse Zahl von Personen für die Tagung von Energie 2000 zu gewinnen:

- Versand von ca. 34'000 Flyer über die Adresskanäle von Ökomeedia, des Ressorts Energie 2000 und diverser Verbände
- Inserate und Beilagen im Medienspiegel Umwelt und anderen Zeitschriften
- Webauftritte auf diversen Homepages mit Links von anderen Websites zur Veranstaltung
- PR-Artikel mit Talon an 650 Medienadressen in CH, F, D und anderen Ländern sowie Versand eines kurzen Pressecommuniqué an über 400 Medien
- Bedienung von über 200 Organisationen und über 1'000 Kunden von Oekoweb mit Email-Newsletter

Insgesamt waren grosse Anstrengungen zur Erreichung der Zielgruppen unternommen worden. Pro teilnehmende Person mussten ungefähr 162 „Werbekontakte“ getätigt werden. Dies ist die grösste Kontaktzahl aller untersuchten Veranstaltungen. Als sich im Vorfeld der Tagung abzeichnete, dass die erwartete Zahl der Teilnehmenden nicht erreicht werden konnte, wurden in einzelnen Ressorts Nachfassaktionen gestartet. Aufgrund der Aussagen der Ressortleitenden sowie der Marketingverantwortlichen stellte der internationale und relativ unspezifische Ansatz der SUN21 für einige Zielgruppen der Ressorts keinen attraktiven Rahmen dar. Das vielfältige Angebot und der breite Rahmen der SUN21 wirkten sich auch auf die Aufmachung der Einladung aus, in welcher die Themen der einzelnen Workshops nur schwer erkannt werden konnten. Dies wurde auch durch die Befragung der Teilnehmenden bestätigt. Im Vergleich zu den anderen Veranstaltungen wurden die Aufmachung und der Informationsgehalt der Einladung weniger positiv beurteilt. Einige Ressortleitende waren mit der Aufmachung der Einladung entsprechend unzufrieden und erachteten dieses Werbeinstrument für ihren Workshop als untauglich.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurden der Ablauf der Tagung und der fünf Workshops beurteilt. Gestützt darauf präsentieren sich die einzelnen Ergebnisse wie folgt.

D 9.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	2
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung: Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	3
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	1
Total	15

Die Organisation der Veranstaltung kann bei 15 erreichten Punkten und einem möglichen Maximum von 18 Punkten insgesamt als genügend beurteilt werden. Kritische Rückmeldungen der Teilnehmenden ergaben, dass die Verpflegungsmöglichkeiten nicht für alle Besucherinnen und Besucher optimal waren. Da die einzelnen Workshops von unterschiedlicher Dauer waren, fanden die später zum Buffet gelangten Teilnehmenden nur noch eine eingeschränkt Auswahl der Verpflegung vor. Dies wurde vor allem im Zusammenhang mit der Tagungsgebühr von 185 Franken bemängelt. Auf positive Rückmeldungen stiess der Tagungsband, welcher allen Teilnehmenden ausgehändigt wurde. Leider hatte es unter den abgegebenen Publikationen des Bundesamtes für Energie zu wenig Exemplare auf französisch. Öfters wurden in den Rückmeldungen auf den Fragebogen der Einbezug der Jugendlichen in die Veranstaltung positiv betont.

9.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurden einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Bran-

chenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Zahl der erreichten Zielgruppen

Aufgrund eigener Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 9.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	185
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	27
Total	212

Im Vorfeld der Tagung rechneten die Organisatoren mit ungefähr 250 bis 300 Teilnehmenden. Dadurch wurden die Erwartungen an die Zahl der Teilnehmenden zu 62 Prozent erfüllt. Die Veranstalter teilen diese Einschätzung nicht, weil nach Angaben der Messe Basel rund 340 Personen am Energie 2000 Tag der SUN teilgenommen haben sollen. Da unsere Angaben zur Zahl der Teilnehmenden auf Zählungen, der in den Workshops tatsächlich anwesenden Personen, basieren und wir alle Veranstaltungen aufgrund dieses Kriteriums beurteilt haben, bleiben wir bei unserer Bewertung.

Weil sich schon früh abzeichnete, dass die erwarteten Teilnehmerzahlen nicht für alle Workshops erreicht werden konnten, mussten die Workshops der Ressorts Spitäler, Öffentliche Hand und Wohnbauten abgesagt werden. Diese Entscheidung war vor dem Hintergrund der eingeladenen Fachreferenten zweifellos richtig. In Darstellung D 9.2 ist die Anzahl der Teilnehmenden auf die einzelnen Workshops aufgegliedert. Auch die vier geplanten Workshops zu den verschiedenen regenerierbaren Energiequellen mussten mangels Anmeldungen zusammengestrichen werden, so dass einzig der Workshop zur Sonnenenergie durchgeführt wurde.

D 9.2: Anzahl Teilnehmende an den Workshops

Workshop	Anzahl
• Workshop 1 (Ressort Treibstoffe)	48
• Workshop 2 (Ressort Erneuerbare Energien)	54
• Workshop 3 (Ressort Industrie)	25
• Workshop 4 (Ressort Dienstleistung und Gewerbe)	31
• BASE + Energie 2000	15

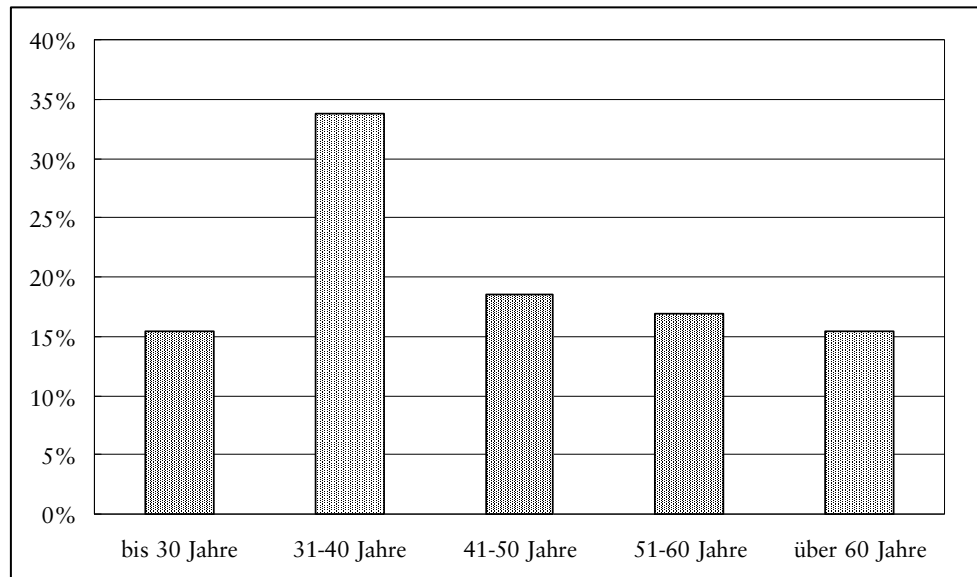
Kosten pro teilnehmende Person

Insgesamt wurden für die Veranstaltung Ausgaben in der Höhe von 138'436 Franken getätigt. Nach Abzug der Einnahmen durch Tagungsbeiträge bleiben Kosten von rund 102'000 Franken. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 551 Franken pro erreichte Person (ohne Referenten und Organisatoren).

Merkmale der erreichten Zielgruppe

Von den Teilnehmenden waren über 74 Prozent Männer. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen.

D 9.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=69



Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an den Veranstaltungen teilgenommen haben. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch die Befragung der Teilnehmenden (69 ausgefüllte Fragebogen) ermittelt.

Von den Veranstaltern wurde das Zielpublikum folgendermassen beschrieben: VertreterInnen von Verbänden, Organisationen, spezifisch und allgemein Interessierte aus den Fachbereichen, Entscheidungsträger, Investoren sowie, Programmteilnehmer aus dem im In- und Ausland. Wie die tabellarische Darstellung in D 9.4 zeigt, konnten viele verschiedene Zielgruppen erreicht werden, wie bereits oben erwähnt aber in zu geringer Anzahl.

Zählt man die Prozentwerte der übereinstimmenden Zielgruppen zusammen, zeigt sich, dass das Zielpublikum zu rund 63 Prozent erreicht wurde. Dieser Wert liegt um zehn Prozent unter dem Durchschnittswert für alle Veranstaltungen.

D 9.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen im Vergleich

anvisierte Zielgruppe der einzelnen Workshops	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (N=69)
<ul style="list-style-type: none"> • Workshop 1 (Ressort Treibstoffe): Fachleute, Jugendliche, Mobilitätsanbieter, Entscheidungsträger bei: Firmen, Städten, Regionen, Verkehrsbetrieben 	• Partner Energie 2000	12%
	• öffentliche Verwaltung	11%
	• Ingenieur-, Planungsbüro	11%
	• private EnergieberaterIn	11%
<ul style="list-style-type: none"> • Workshop 2 (Ressort Erneuerbare Energien): Politiker, Programmteilnehmer In- und Ausland, Branchenvertreter, Presse 	• WissenschaftlerIn, StudentIn	10%
	• Dienstleistung und Handel	9%
	• Industrie	7%
	• VertreterIn eines Verbandes	5%
<ul style="list-style-type: none"> • Workshop 3 (Ressort Industrie): Industrielle Entscheidungsträger 	• PolitikerIn	5%
	• Referent	5%
	• VertreterIn eines Elektrizitätswerkes	4%
<ul style="list-style-type: none"> • Workshop 4 (Ressort Dienstleistung und Gewerbe): Vertreter aus Industrie, Dienstleistung und Gewerbe 	• EigentümerIn, BewirtschafterIn einer Liegenschaft	3%
	• andere	3%
	• Baugewerbe	2%
	• Gastgewerbe, Tourismus	2%

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse bzw. um Informationen aus erster Hand zu bekommen besucht. Privates Interesse und informelle Kontakte waren weitere wichtige Motive.

D 9.5: *Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)*

Weshalb haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen?	in % der Nennungen (N=69)
aus beruflichem Interesse	28%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	14%
aus privatem Interesse	13%
um informelle Kontakte zu knüpfen	11%
um Leute kennenzulernen	9%
um Gedanken auszutauschen	7%
zur Weiterbildung	6%
aus beruflicher Verpflichtung	6%
um Präsenz zu markieren	3%
anderes	2%
um Fragen stellen zu können	1%

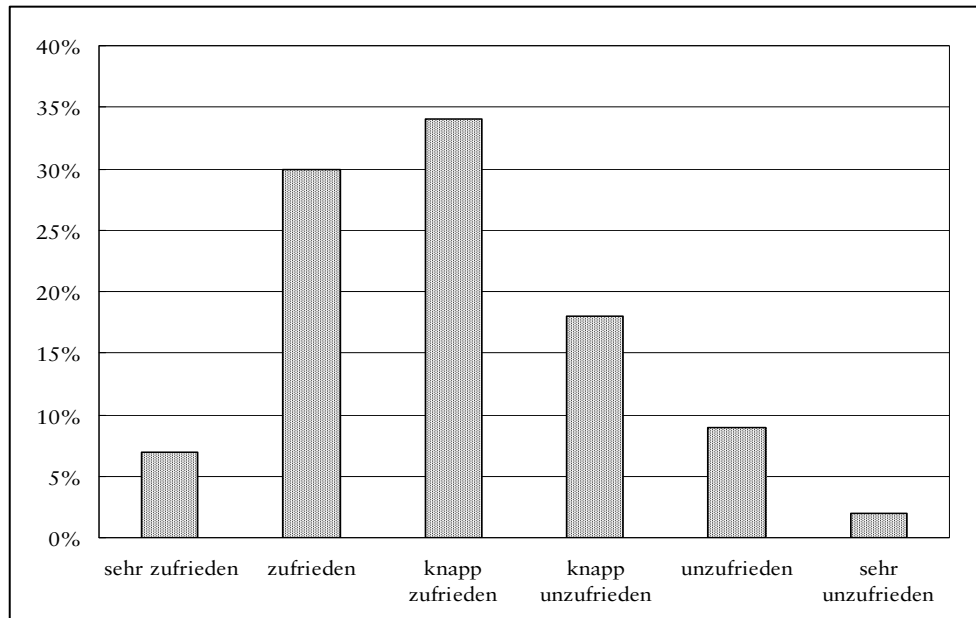
9.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

Im folgenden wird dargestellt, wie die Teilnehmenden die Veranstaltung beurteilen. Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Befragten ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung sowie zu deren Praxisnutzen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 200 Besucherinnen und Besuchern haben 69 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit der Tagung knapp zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 4,6. Diese Bewertung liegt über dem Durchschnitt für alle Tagungen (4,4). In der untenstehenden Darstellung D 9.6 spiegelt sich diese Bewertung in der Verteilung der Antworten, welche mehrheitlich positiv ausfallen.

D 9.6: Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=69

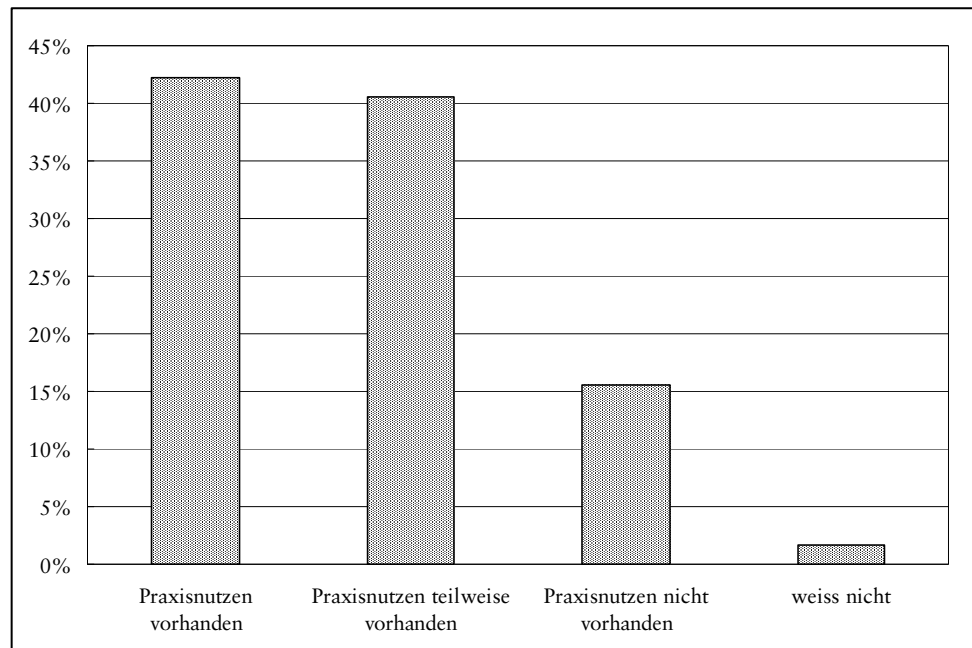


Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse sind in Darstellung D 9.7 zusammengefasst. In Darstellung D 9.7 wird deutlich, dass die Teilnehmenden mit dem Inhalt der Veranstaltung unterschiedlich zufrieden waren. Besonders gut bewertet wurden der Ablauf der Organisation, die Dauer der Veranstaltung und die Räumlichkeiten. Am schlechtesten wird die Verpflegung und der praktische Nutzen der Workshops beurteilt. Die Qualität und Aktualität der Referate sowie die Zusammensetzung der Referenten werden auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) mit 4,8 bewertet. Dieser Wert liegt leicht über dem Durchschnittswert für alle Veranstaltungen (4,7).

anstaltung keine Wirkung in der Praxis. Rund 2 Prozent gaben an, sie wüssten es nicht.

D 9.8: *Auswirkungen der Veranstaltung auf die Praxis, N=69*



Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Tagungsteilnehmern Kontakt aufzunehmen. 57 Prozent der Antwortenden gaben an, dass sie Kontakte aufnehmen möchten. Etwa ein Drittel antwortete, vielleicht mit jemandem in Kontakt zu treten. Lediglich 12 Prozent hatten nicht die Absicht, nach der Tagung weitere Kontakte aufzunehmen.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen der Teilnehmenden an die Tagung waren zu 46 Prozent erfüllt worden. Dieser Anteil liegt etwas über dem Durchschnittswert von 43 Prozent, welcher für alle Veranstaltungen errechnet wurde. Etwa die Hälfte der Teilnehmenden gaben an, ihre Erwartungen seien nur teilweise erfüllt worden. Eine Minderheit von 3 Prozent der Teilnehmenden ist enttäuscht und sieht ihre Erwartungen nicht erfüllt.

9.4 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungskriterien zusammen. Diese sind in der unten stehenden Darstellung D 9.9 zusammengefasst. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

Wie die Zufriedenheit der Befragten zeigte, lagen die Stärken der Veranstaltung bei den gebotenen Inhalten. Die Erwartungen der Teilnehmenden sind zu grossen Teilen erfüllt worden. Bemängelt werden muss die qualitative und quantitative Erreichung der Zielgruppen. Aus organisatorischer Sicht waren das Buffet mit der Verpflegung sowie die Aufmachung der Einladung verbesserungswürdig. Leider wurde an der SUN21 keine Liste mit Adressen der Teilnehmenden geführt. Es ist daher ungewiss, wie allfällige Kontakte nach der Veranstaltung realisiert werden können.

Auch bei der zeitlichen Planung der Workshops drängen sich Verbesserungsmöglichkeiten auf. Da nicht alle Workshops gleichzeitig fertig wurden und sich dadurch für einige Teilnehmende längere Pausen ergaben, waren beim Schlussplenum gerade noch die Hälfte der am Morgen anwesenden Personen vertreten.

Aufgrund der insgesamt geringen Teilnahme und der abgesagten Workshops stellt sich die Frage nach dem Nutzen der Teilnahme von Energie 2000 an der SUN21. Gemäss Aussagen der Veranstalter bildet die SUN21 eine wichtige Plattform für die Förderung erneuerbarer Energiequellen und die Energieeffizienz, von der verschiedene politische Entscheidungsträger, Jugendliche, Vertreter aus Industrie und Gewerbe, Investoren sowie die breite Öffentlichkeit angesprochen werden. Von Seiten der Jugendlichen, welche die Möglichkeit hatten Forderungen im Plenum vorzutragen, konnte dieser Anspruch eingelöst werden. Wie die abgesagten Workshops allerdings zeigen, konnten offenbar nicht alle Ressorts von diesem breiten Zielpublikum profitieren. Sich im internationalen Rahmen der SUN21 zu Positionieren war offenbar schwierig. Mitverantwortlich dafür war die unklare Positionierung der SUN21 selber.

D 9.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	SUN21	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	162	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	15	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	62	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	551	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	63	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,6	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,8	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	91	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	46	43

10 **Journée Romande de l'énergie**

Mitte Oktober 1999 wurde in Sion der „Journée Romande de l'énergie“ durchgeführt. Diese Veranstaltung sollte dazu beitragen den Bekanntheitsgrad und die Breitenentwicklung des Aktionsprogramms Energie 2000 unter politischen Behörden sowie Wirtschaftsvertretern in der Romandie zu verstärken. Die Tagung fand in der Aula der Ecole d'Ingénieurs du Valais statt. Nach dem Empfang der Teilnehmenden in der Mensa eröffnete ein Stadtrat von Sion die Tagung mit einem Referat zur Energiepolitik von Sion. Anschliessend referierte ein Walliser Grossrat zum Stand der Energiepolitik im Kanton. Vor der Übergabe des Labels „Energistadt“ gab der stellvertretende Direktor des Bundesamtes für Energie in seinem Beitrag einen Ausblick auf die Folgeprogramme von Energie 2000. Anschliessend fand eine Podiumsdiskussion zum Thema „Minergie“ und nachhaltige Entwicklung statt. Daran beteiligten sich neben den Referenten der Präsident der kantonalen Energiedirektorenkonferenz, ein Nationalrat aus dem Kanton Wallis, eine Verantwortliche der Gesellschaft für die ökonomische Entwicklung in der Schweiz sowie die Präsidentin der Vereinigung von Sion 2006 für nachhaltige Entwicklung in den Bergregionen. Die Tagung endete mit einem Apéritif für alle Teilnehmenden.

10.1 **Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung**

Die Vorbereitung und Organisation der Publikumsveranstaltung wurden einerseits an Hand der Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese beiden Aspekte ein.

Werbung

Nach Angaben der Organisatorinnen wurden insgesamt 5'000 Einladungen an Vertreterinnen und Vertreter von Gemeinden und Kantonen der Romandie sowie Wirtschaftsvertreter, die im weiteren Sinn mit dem Thema Energie zu tun haben, versendet. Die Einladung präsentierte sich in Form einer Schachtel und enthielt ein paar kleine Stückchen Brennholz. Mit dieser auffälligen Einladung wollten die Organisatorinnen auf die Energiethematik aufmerksam machen und möglichst viele Personen für den Besuch der Veranstaltung gewinnen. Vergleicht man die Werbeanstrengungen (Zahl der erfolgten Werbekontakte) mit den teilnehmenden Personen, zeigt sich, dass pro teilnehmende Person rund

50 „Werbekontakte“ nötig waren. Die Werbeanstrengungen können, im Vergleich mit den Ressortveranstaltungen, bei denen im Durchschnitt 77 Kontakte pro erreichte Person notwendig waren, als gut bezeichnet werden. Nach Angaben der Organisatorinnen haben sich im Vorfeld der Veranstaltung rund 200 Personen abgemeldet.

Wie die Befragung der Teilnehmenden ergab, war man mit dem Zeitpunkt und dem Informationsgehalt der Einladung zufrieden. Unterschiedlich fiel die Beurteilung bezüglich der Attraktivität der Einladung aus. Zahlreiche Teilnehmende beurteilten die Einladung als attraktiv und originell, äusserten sich aber negativ zu den Kosten und dem Energieverbrauch der Herstellung. Nach Angaben der Organisatorinnen wurde die Einladung in einer Werkstätte für Behinderte hergestellt und in einer Öko-Bilanz der EPFL Lausanne geprüft.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Publikumsveranstaltung am 15. Oktober beurteilt. Die Ergebnisse sind in Darstellung D 10.1 zusammenfassend aufgeführt.

Die Organisation der Veranstaltung kann mit 16 erreichten Punkten und einem möglichen Maximum von 18 Punkten insgesamt als gut beurteilt werden. Positiv zu bewerten ist der Shuttelservice, welcher die Teilnehmenden vom Bahnhof Sion mit einem Extrabus zur Ecole d'Ingénieurs brachte. Auch die Räumlichkeiten entsprachen voll und ganz den Bedürfnissen der Tagung. Weniger positiv muss der Empfang der Teilnehmenden zum Begrüssungskaffee beurteilt werden. Weder waren die Organisatorinnen beim Empfang präsent, noch war klar, ob der Kaffee in der Mensa für die Teilnehmenden der Tagung offeriert war. Deutlich kritisiert werden muss einmal mehr, dass keine Präsenzliste geführt wurde. Die Organisatorinnen unterliessen es zudem, die Liste mit den Anmeldungen beim Empfang zu kontrollieren. Wie sich im Nachhinein zeigte, erwies sich dieses Vorgehen als besonders ungünstig. Von rund 180 angemeldeten Personen nahmen nämlich lediglich 100 Personen an der Tagung teil. Welche Personen der Tagung trotz Anmeldung fern blieben, lässt sich nicht ermitteln. Aussagen zur Zusammensetzung der erreichten Zielgruppe lassen sich somit nur über die Befragung der Teilnehmenden ermitteln. Da die Tagung für alle Teilnehmenden gratis war, fühlte sich ein Teil der definitiv angemeldeten Personen offenbar nicht verpflichtet an der Tagung teilzunehmen.

D 10.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung (Skala: 3 = gut, 2 = genügend, 1 = ungenügend)
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	3
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung (Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung)	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	2
• Beachtung Zeitplan	3
• Begrüssung der Teilnehmenden, Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	2
Total	16

10.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurden einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaassstab herangezogen.

Zahl der erreichten Personen

Aufgrund der Anmeldeliste und eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 10.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl Teilnehmende
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	100
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	10
Total	110

Auf Seiten der Veranstalterinnen wurde aufgrund der bisherigen Erfahrungen mit rund 200 Teilnehmenden gerechnet. Gemäss Evaluationsbericht des Journée Romande 1989, sollen an der letztjährigen Veranstaltung rund 320 Personen teilgenommen haben¹. Aus dem Evaluationsbericht geht jedoch nicht klar hervor, ob es sich dabei um die Zahl der Anmeldungen oder der tatsächlich Teilnehmenden handelt. Bei einer Erwartung von rund 200 Besucherinnen und Besuchern entspricht der Anteil der tatsächlich teilnehmenden Personen etwa 50 Prozent. Die quantitative Erreichung der Zielgruppen muss daher als eher gering bezeichnet werden. Diese Einschätzung wird auch von den Veranstalterinnen geteilt, welche enttäuscht sind, dass das Thema „Minergie“, welches im Kanton Wallis während den letzten Monaten oft thematisiert wurde, nicht mehr Teilnehmende mobilisieren konnte. Als möglichen Grund dafür sehen die Organisatorinnen den Wahlkampf für die National- und Ständeratswahlen, welcher zahlreiche politische VertreterInnen absorbiert haben soll.

Kosten pro teilnehmende Person

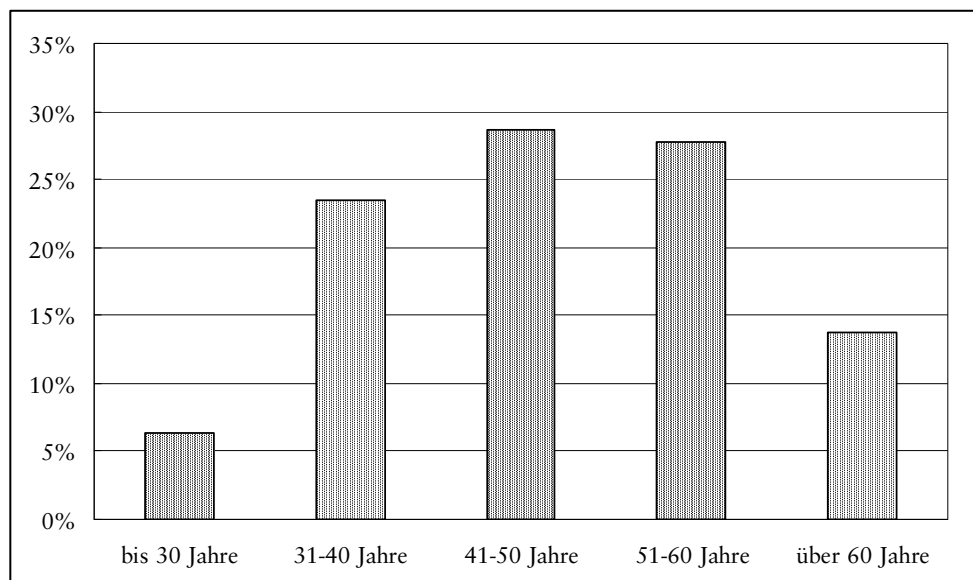
Insgesamt wurde für die Veranstaltung ein Budget von 45'000 Franken eingesetzt. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 450 Franken pro erreichte Person. Dieser Wert liegt unter dem vergleichbaren Durchschnittswert aller untersuchten Veranstaltungen (524 Fr.) und kann somit als gut bezeichnet werden.

Merkmale der erreichten Zielgruppen

An der Publikumsveranstaltung waren acht Prozent der Teilnehmenden Frauen. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen.

¹ IPSO 1998: „Evaluation des Journée Romande“, Zwischenbericht.

D 10.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=93



Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an der Veranstaltung teilgenommen haben. In der folgenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch Fragebogen an der Publikumsveranstaltung (95 ausgefüllte Fragebogen) ermittelt. Wie die tabellarische Darstellung D 10.4 zeigt, konnten die wichtigsten Zielgruppen (Vertreter der kantonalen und kommunalen Verwaltung sowie PolitikerInnen und Energieberater) erreicht werden. Zudem ist es auch gelungen einige wenige Vertreter aus der Wirtschaft zu erreichen. Insgesamt entsprechen 90 Prozent der Teilnehmenden dem Profil der anvisierten Zielgruppe der Veranstaltung. Dies kann im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen als gut bewertet werden. Vergleicht man die erreichten Personen der Tagung von 1998 mit jenen von 1999 zeigen sich bei der anteilmässigen Verteilung der Teilnehmergruppen keine wesentlichen Unterschiede.

D 10.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (n=95)
• Vertreter von Gemeinden und Kantonen	• Energieberater	24%
• PolitikerInnen	• Partner Energie 2000	19%
• Energieberater, Ingenieure und Planer	• Kantonale und kommunale Verwaltung	13%
• Wirtschaftsvertreter	• PolitikerInnen	11%
• Vertreter von Verbänden	• Verbandsvertreter (Dialoggruppe, Begleitgruppe E2000)	9%
	• andere	8%
	• Mandatsträger	6%
	• Wirtschaftsvertreter	5%
	• Vertreter einer Energieagentur	4%

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Wie bereits bei den anderen Veranstaltungen haben die Teilnehmenden die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse besucht. Weitere Motive waren die Absicht, Informationen aus erster Hand zu erhalten, Kontakte zu pflegen, Gedanken auszutauschen und informelle Kontakte zu knüpfen. Auch die Bedeutung der Motive für die Teilnahme haben sich gegenüber der letztjährigen Veranstaltung nicht verändert.

D 10.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie die Veranstaltung besucht?	in % der Nennungen (N=95)
aus beruflichem Interesse	32%
um Informationen aus erster Hand zu bekommen	14%
aus privatem Interesse	11%
um informelle Kontakte zu knüpfen	10%
um Gedanken auszutauschen	10%
um Leute kennenzulernen	10%
aus beruflicher Verpflichtung	4%
zur Weiterbildung	3%
anderes	2%
um Fragen stellen zu können	2%
um Präsenz zu markieren	2%
aus Neugier	1%

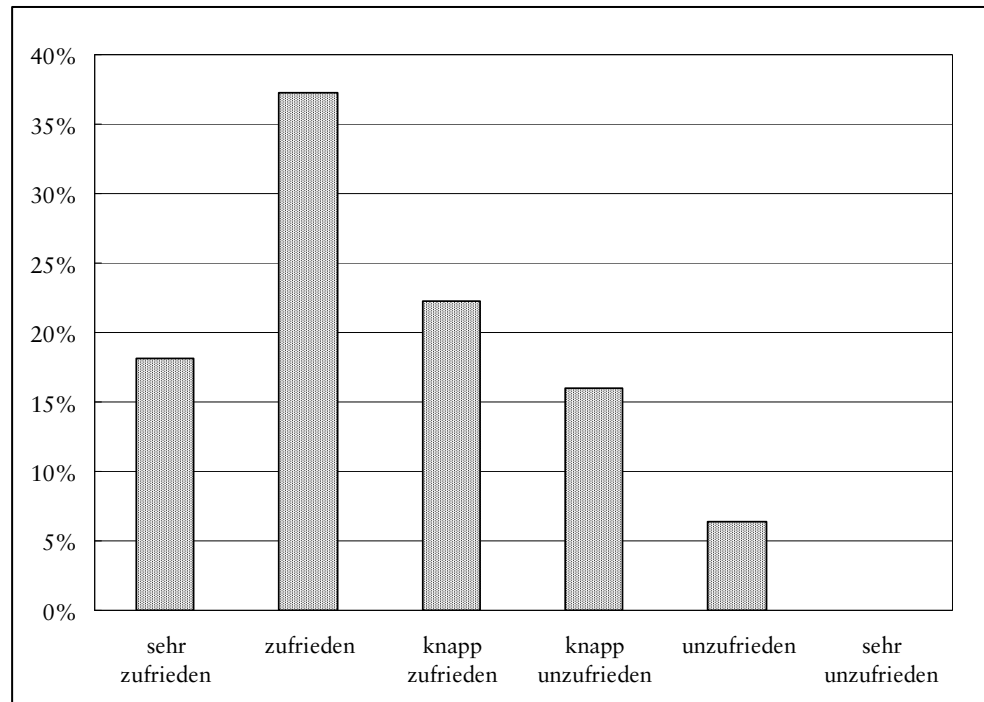
10.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Befragten ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung sowie zu deren Praxisnutzen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 100 Besucherinnen und Besuchern haben 95 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit der Tagung ziemlich zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 4,5. Dieser Wert liegt im Bereich der Zufriedenheit mit dem Journée Romande im letzten Jahr und leicht über dem Durchschnitt aller untersuchten Veranstaltungen (Durchschnitt 4,4). In Darstellung D 10.6 ist die Verteilung der Antworten zur Zufriedenheit abgebildet. Insgesamt war etwa ein Fünftel der Befragten mit der Tagung nicht zufrieden.

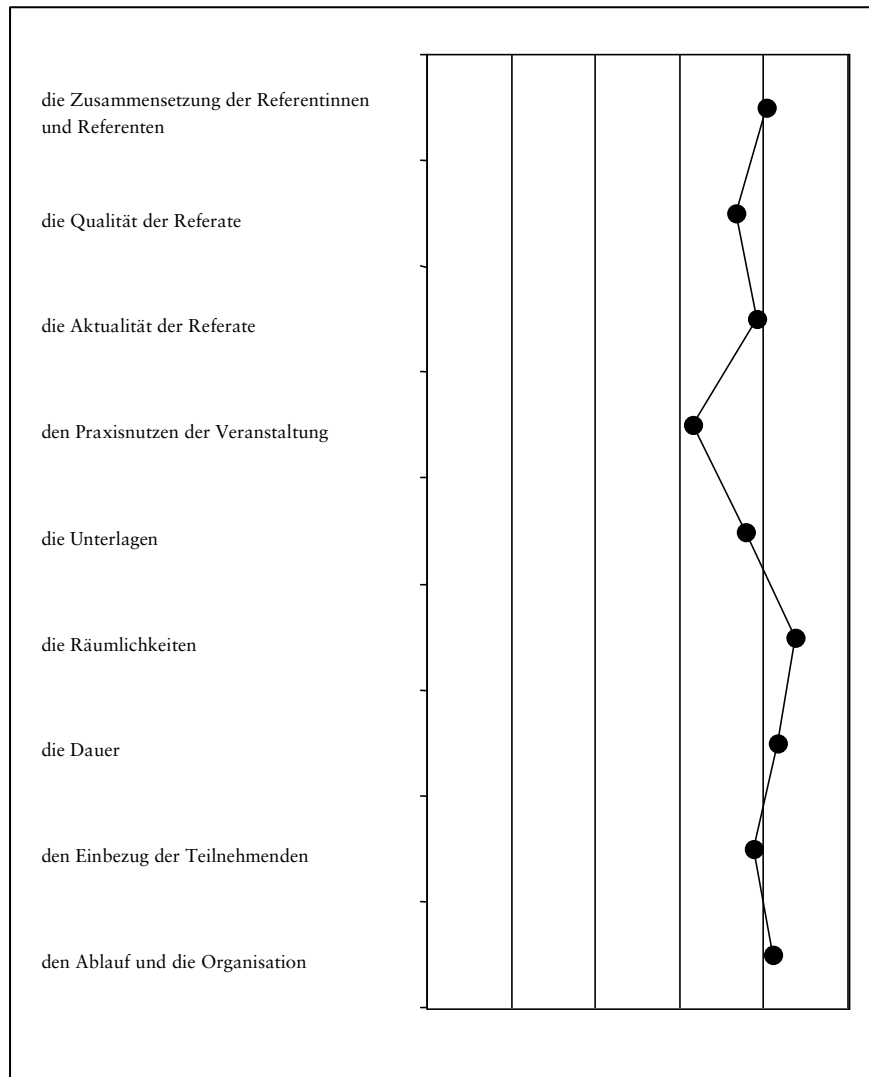
D 10.6: Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=94



Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse sind in der Darstellung D 10.7 auf der folgenden Seite zusammengefasst. Die Grafik zeigt deutlich, dass die Mehrheit der Teilnehmenden mit den Inhalten, der Zusammensetzung, der Qualität und Aktualität der Referate weitgehend zufrieden war. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Durchschnittswert von 4,9. Dieser liegt im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen leicht höher (Durchschnitt 4,7). Lediglich die praktische Verwendbarkeit der angebotenen Inhalte wird verhältnismässig kritisch beurteilt. Dieses Urteil schlägt sich im Wunsch der Teilnehmenden nieder, dass von den angebotenen Elementen der Veranstaltung die praktischen Aspekte am ehesten ausgebaut werden sollten. Besonders positiv werden die Räumlichkeiten und die Dauer der Veranstaltung beurteilt. Obwohl die Teilnehmenden weder nach den Referaten, noch während oder anschliessend an die Podiumsdiskussion die Möglichkeit hatten, Fragen zu stellen oder ihre Meinung zu äussern, sind die Teilnehmenden offenbar mit ihrem Einbezug in die Veranstaltung zufrieden.

D 10.7: Bewertung einzelner Elemente der Tagung, N=92

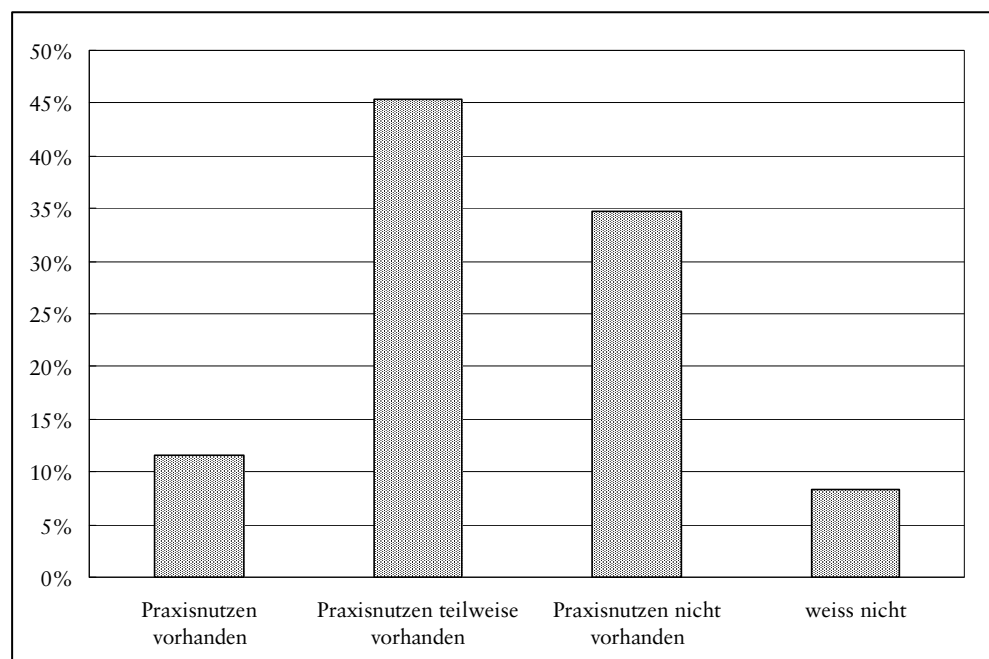


Praxisnutzen der Tagung

Ob der Besuch der Veranstaltung eine Auswirkung auf den Alltag haben werde, beurteilen die Teilnehmenden unterschiedlich. Die Ergebnisse sind in der folgenden Darstellung D 10.8 zusammengefasst. Rund zwölf Prozent antworteten auf die Frage, ob ein Praxisnutzen vorhanden sei, vorbehaltlos mit ja. Die überwiegende Mehrheit von 45 Prozent fand, das Gehörte werde teilweise in ihren Berufsalltag einfließen. Demnach hatte die Veranstaltung für 57 Prozent der Befragten einen praktischen Nutzen. Dieser Wert liegt im Vergleich zu den übrigen Veranstaltungen eher tief und entspricht dem Resultat der Veranstaltung

im letzten Jahre. Für 35 Prozent hatte die Veranstaltung keine Wirkung in der Praxis. Rund acht Prozent gaben an, sie wüssten es nicht. Diese tiefe Beurteilung des praktischen Nutzens lässt sich damit erklären, dass am Journée Romande das Thema Energie vor allem auf der politischen Ebene thematisiert wurde.

D 10.8: Auswirkungen der Publikumsveranstaltung auf die Praxis, N=95



Die Teilnehmenden sollten angeben, ob sie die Absicht haben, nach der Veranstaltung mit einem oder mehreren Referenten Kontakt aufzunehmen, um weitere Informationen zum Thema zu erhalten. Ein Drittel der Befragten bejahten diese Frage. Die Mehrheit von 41 Prozent wird eventuell mit einem der Referenten Kontakte aufnehmen, ein Viertel wird dies sicher nicht tun. Auch die Absicht Kontakte zu knüpfen hat im Vergleich zum Journée Romande im letzten Jahr keine wesentliche Veränderung erfahren.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen der Teilnehmenden an die Tagung waren zu 50 Prozent voll und ganz erfüllt worden. Dieser Anteil liegt über dem Durchschnittswert (43 Prozent) für alle Veranstaltungen. Rund 48 Prozent der Teilnehmenden gaben jedoch an, ihre Erwartungen seien nur teil-

weise erfüllt worden. Lediglich zwei Personen der rund 100 Teilnehmenden fanden, dass ihre Erwartungen überhaupt nicht erfüllt worden sind.

10.4 Zusammenfassende Bewertung

Die Bewertung setzt sich insgesamt aus neun Bewertungselementen zusammen. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte der Darstellung D 10.9 die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben. Die Stärken der Veranstaltung lagen teilweise bei der Organisation (Transfer der Besucherinnen und Besucher, Wahl der Örtlichkeiten). Gerade in der Organisation zeigten sich aber auch gravierende Schwächen: Dazu zählt das Fehlen einer Präsenzliste und der Verzicht auf die Prüfung der Anmelde- und Teilnehmerlisten. Auch bei Veranstaltungen ohne Gebühren sollten diese Elemente zum Standard gehören. Dass dem nicht so ist, deuten wir als Hinweis auf das Fehlen einer aktiven Adressbewirtschaftung. Gerade bei periodisch stattfindenden Veranstaltungen sollte dies nicht passieren.

Aus der Sicht der Evaluatoren war die Veranstaltung eine reine Informationsveranstaltung mit eher ungenügendem Einbezug der Teilnehmenden. Einige Rückmeldungen auf den Fragebogen wiesen auf die fehlenden Gelegenheiten für Fragen und Diskussion hin. Aufgrund der Bewertungen in der Befragung waren die Teilnehmenden aber zufrieden mit ihrem Einbezug in die Tagung.

Da die Veranstalterinnen mit der Zahl der erreichten Teilnehmenden nicht zufrieden waren, werden für den nächsten Journée Romande andere Veranstaltungsformen geprüft, in denen eventuell auch Rahmenveranstaltungen wie Ausstellungen, Workshops, Seminare oder ähnliches stattfinden werden. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf unsere Empfehlungen am Schluss dieses Berichtes, welche sich mit verschiedenen Veranstaltungsformen auseinandersetzen.

D 10.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungselemente	Journée Romande de l'énergie	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	50	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	16	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	50	72
4. Kosten-Nutzenverhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	450	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die der Zielgruppe entsprechen, in Prozent)	90	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,5	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,9	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	57	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden waren, in Prozent)	50	43

11 Schlussveranstaltung des Investitionsprogramms von Energie 2000

Die Schlussveranstaltung des Investitionsprogramms von Energie 2000 fand Ende November im Auditorium Maximum der ETH Zürich statt. Ziel dieser Veranstaltung war es, die mit dem Investitionsprogramm gemachten Erfahrungen bezüglich Organisation, Abwicklung, Vollzug, Kosten und Nutzen darzustellen und daraus Lehren für ein allfälliges grösseres Förderprogramm zu ziehen. Mit dem Eröffnungsreferat des Programmleiters von Energie 2000 wurde von Seiten des Bundes ein erstes Fazit gezogen. Der Leiter der Programm-Vollzugsorganisation informierte anschliessend über die logistischen Erfahrungen im Zusammenhang mit der Abwicklung der Gesuche. Mit den Ausführungen zweier externer Evaluatoren zu den energetischen und ökonomischen Wirkungen des Investitionsprogramms wurde eine erste Schlussbilanz gezogen. Im zweiten Teil der Veranstaltung wurden einige originelle Projekte, welche im Rahmen des Programms gefördert wurden, vorgestellt und ausgezeichnet. Nach der Mittagspause nahmen ein Ständerat und eine Regierungsrätin aus der Sicht der Energieagenturen und der Kantone zum Investitionsprogramm Stellung. Zum Schluss der Veranstaltung wurden in einem Podiumsgespräch mögliche Strategien eines allfälligen Nachfolgeprogramms diskutiert. Am Podium beteiligten sich ein Nationalrat, ein Vertreter des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes, der Sekretär des Vororts des Schweizerischen Handels- und Industrievereins sowie der Programmleiter von Energie 2000.

11.1 Vorbereitung und Organisation der Veranstaltung

Die Vorbereitungen und Organisation der Veranstaltung wurden einerseits an Hand der Werbemassnahmen und andererseits mittels eines Besuchs der Veranstaltung selber bewertet. Im folgenden gehen wir näher auf diese zwei Aspekte ein.

Werbung

Insgesamt wurden rund 5'500 Einladungen aus verschiedenen Datenbanken des Bundesamtes für Energie und der Veranstalter versendet. Zudem wurden in der Neuen Zürcher Zeitung und im Tages-Anzeiger zweimal Inserate geschaltet. Setzt man die Zahl der kontaktierten Personen ins Verhältnis zu den Teilnehmenden, ergeben sich rund 37 „Werbekontakte“ pro teilnehmende Person. Diese Verhältniszahl liegt

deutlich unter dem Durchschnittswert aller untersuchter Veranstaltungen.

Organisation der Veranstaltung

Mittels einer Checkliste wurde der Ablauf der Veranstaltung vom 26. November beurteilt. Die Ergebnisse präsentieren sich zusammenfassend wie folgt.

D 11.1: Beurteilung der Organisation der Veranstaltung

Kriterien	Bewertung
• Örtlichkeit (Erreichbarkeit, Plan bei der Einladung, Orientierungshilfen)	3
• Räumlichkeiten (Grösse, Atmosphäre, Licht, Hilfsmittel)	3
• Veranstaltung: Referenten, Einsatz der Hilfsmittel, akustische Verständlichkeit der Referate, Lesbarkeit von Folien, Einbezug der Teilnehmenden, Verständlicher Aufbau der Veranstaltung	3
• Unterlagen zur Veranstaltung, Liste der Teilnehmenden (vorhanden, ausreichende Zahl)	3
• Beachtung Zeitplan	3
• Pausen und Verpflegung (Verpflegung vorhanden, genügende Anzahl Plätze)	3
Total	18

Die Organisation der Veranstaltung kann mit dem Punktemaximum von 18 Punkten bewertet werden. Einziger Kritikpunkt ist die einseitige Besetzung des Podiums mit nur einem Kritiker des Investitionsprogramms. Besonders positiv sind der korrekt eingehaltene Zeitplan und der Einbezug von Wortmeldungen aus dem Publikum durch den Moderator zu erwähnen.

11.2 Erreichung der Zielgruppen

Zur Beurteilung der erreichten Zielgruppen wurden einerseits die Teilnehmerzahl und andererseits die Art der erreichten Zielgruppen (Branchenzugehörigkeit, Berufsgruppe) als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Zahl der erreichten Zielgruppen

Aufgrund der Liste der Teilnehmenden sowie eigenen Zählungen an der Tagung präsentiert sich die Zahl der Teilnehmenden wie folgt.

D 11.2: Anzahl Teilnehmende an der Veranstaltung

Gruppe von Teilnehmenden	Anzahl
• Teilnehmerinnen und Teilnehmer	150
• Referentinnen und Referenten (inklusive Teilnehmer der Podiumsdiskussion und Organisatoren)	10
Total	160

Diese Angaben wurden durch die Präsenzkontrolle der Organisatoren bestätigt. Insgesamt darf die Zahl der Teilnehmenden in Bezug zu den Werbeaufwendungen als gut bezeichnet werden. Im Vorfeld der Tagung rechnete man von Seiten der Organisatoren mit gut 200 Teilnehmenden. Die Erwartungen bezüglich der Anzahl Teilnehmenden konnten nur teilweise erreicht werden.

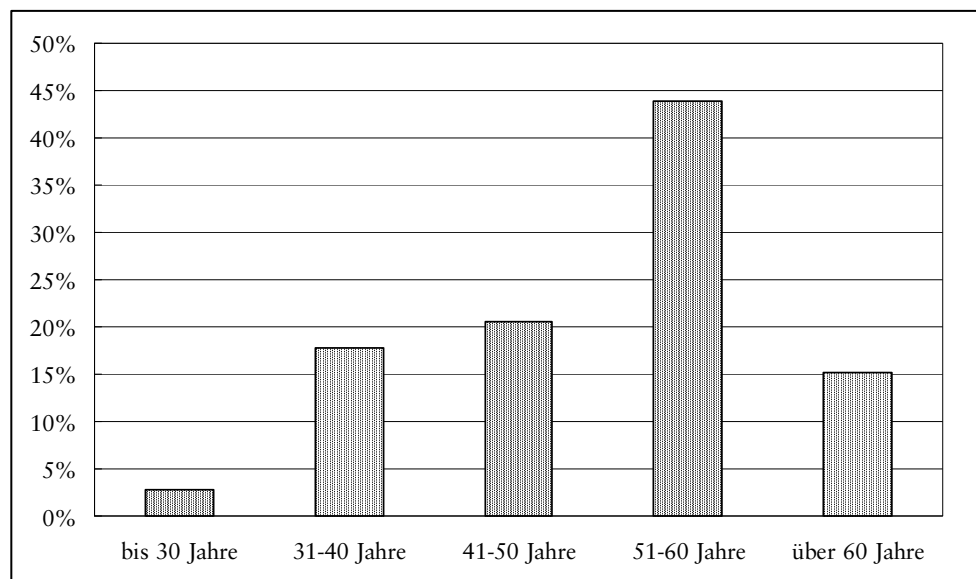
Kosten pro teilnehmende Person

Da die Tagung und der Tagungsband Elemente der Berichterstattung des Investitionsprogrammes sind, können die separaten Kosten für die Veranstaltung nur geschätzt werden. Gemäss Angaben der Organisatoren konnten die externen Kosten durch die Tagungsbeiträge der Teilnehmenden gedeckt werden. Nach unseren Schätzungen bei 120 zahlenden Besucherinnen und Besuchern dürften die diesbezüglichen Aufwendungen bei rund 10'000 Franken liegen. Die internen Aufwendungen für die Durchführung der Tagung werden auf rund 25'000 Franken geschätzt. Gemessen an der Zahl der Teilnehmenden ergibt dies einen Betrag von rund 167 Franken pro erreichte Person (ohne Referenten und Organisatoren). Die Kosten der Veranstaltung liegen somit deutlich unter dem Durchschnittswert der untersuchten Tagungen.

Merkmale der erreichten Zielgruppe

Von den Teilnehmenden waren 93 Prozent Männer. Die Besucherinnen und Besucher verteilen sich insgesamt wie folgt auf die verschiedenen Altersgruppen:

D 11.3: Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Altersgruppen, N=73



Auffallend ist hier der grosse Anteil von über 50-jährigen Personen (60 Prozent) im Vergleich zu den übrigen Tagungen.

Ein Drittel der Befragten gab an, bereits an der letztjährigen Veranstaltung zum Investitionsprogramm teilgenommen zu haben. Von den Teilnehmenden haben 20 Prozent einmal, und elf Prozent mehrmals, die Homepage des Investitionsprogramms im Internet besucht.

Neben der Anzahl Teilnehmenden ist für den Erfolg entscheidend, wer effektiv erreicht werden konnte. Es galt die Frage zu beantworten, ob die ins Auge gefassten Zielgruppen erreicht werden konnten oder ob andere Personen an den Veranstaltungen teilgenommen haben. In der untenstehenden Tabelle werden die anvisierten und tatsächlich erreichten Zielgruppen miteinander verglichen. Letztere wurden durch die Befragung der Teilnehmenden (73 ausgefüllte Fragebogen) ermittelt.

D 11.4: Anvisierte und erreichte Zielgruppen

anvisierte Zielgruppe (nach Bedeutung)	erreichte Zielgruppe (nach Anteil der Teilnehmenden)	Anteil in % (N=73)
• Akteure von Energie 2000 und eines allfälligen Nachfolgeprogramms	• EigentümerIn oder BewirtschafterIn von Liegenschaften	40%
• im Zielbereich des Investitionsprogramm tätige Unternehmen	• Industrie, Baugewerbe, Dienstleistung und Handel	36%
• Investoren aus dem Investitionsprogramm	• Ingenieur-, Planungsbüro	32%
• Energiefachstellen der Kantone und Städte	• Private Energiefachperson	20%
• politische Entscheidungsträger	• Öffentliche Verwaltung, Energiefachpersonen	15%
• Begleitgruppe Energie	• Vertreter eines Verbandes	14%
• Medien	• Begleitgruppe Energie	4%
•	• PolitikerIn	4%
•	• Presse	2%
•	• andere	5%

Wie die tabellarische Darstellung D 11.4 zeigt, konnte die wichtigste Zielgruppe erreicht werden. Insgesamt wurden die anvisierten Zielgruppen zu rund 95 Prozent erreicht. Nach Angaben der Organisatoren ist man etwas enttäuscht über die zahlenmässig geringe Beteiligung von zentralen Akteuren wie Ressortleitenden und potentiellen Nutzern eines allfälligen Folgeprogramms.

Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung

Die Teilnehmenden haben die Tagung in erster Linie aus beruflichem Interesse bzw. um Informationen aus erster Hand zu bekommen, besucht.

D 11.5: Motive zur Teilnahme an der Veranstaltung (mehrfach Nennungen möglich)

Weshalb haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen?	in % der Nennungen (N=72)
aus beruflichem Interesse	29%
um Informationen aus erster Hand zu erhalten	16%
zur Weiterbildung	12%
aus privatem Interesse	9%
um Leute kennenzulernen	8%
um Gedanken auszutauschen	8%
um informelle Kontakte zu knüpfen	5%
zufällig	4%
anderes	3%
aus beruflicher Verpflichtung	2%
um Fragen stellen zu können	1%
um Präsenz zu markieren	1%

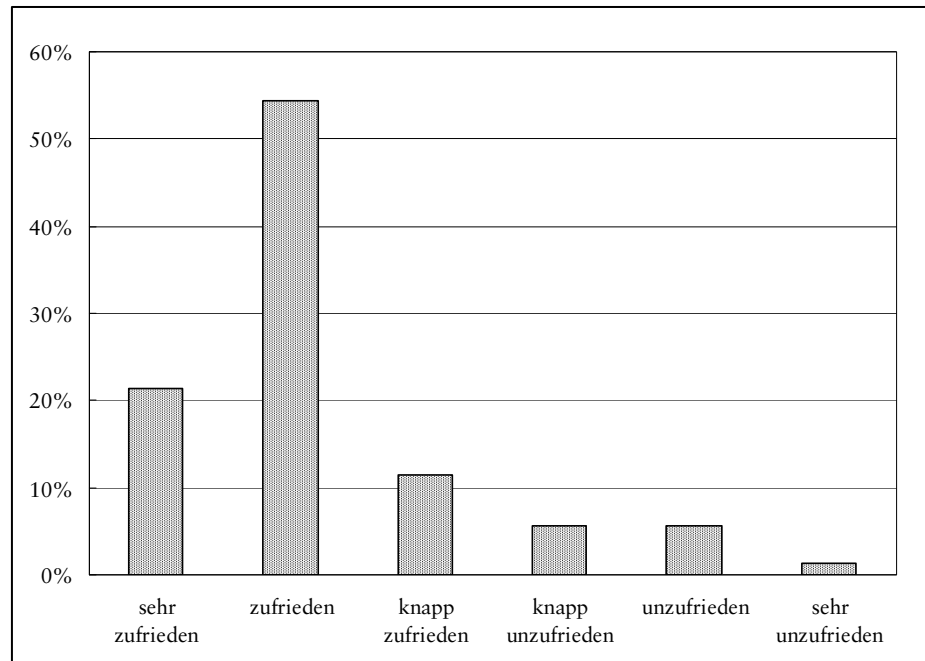
11.3 Inhaltliche Bewertung der Veranstaltung durch die erreichten Zielgruppen

Mit Hilfe des Fragebogens konnten die Teilnehmenden ihre Meinung zu verschiedenen Elementen der Tagung sowie zu deren Praxisnutzen mitteilen.

Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung

Von rund 150 Besucherinnen und Besuchern haben 75 unseren Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt waren die Antwortenden mit der Tagung zufrieden. Auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) resultierte ein Mittelwert von 4,8. Dieser Wert liegt deutlich über dem Mittelwert aller Veranstaltungen (Durchschnitt 4,4). In Darstellung D 11.6 ist die Verteilung der Antworten zur Zufriedenheit abgebildet. Es zeigt sich, dass drei Viertel der Befragten mit der Tagung „sehr zufrieden“ beziehungsweise „zufrieden“ waren.

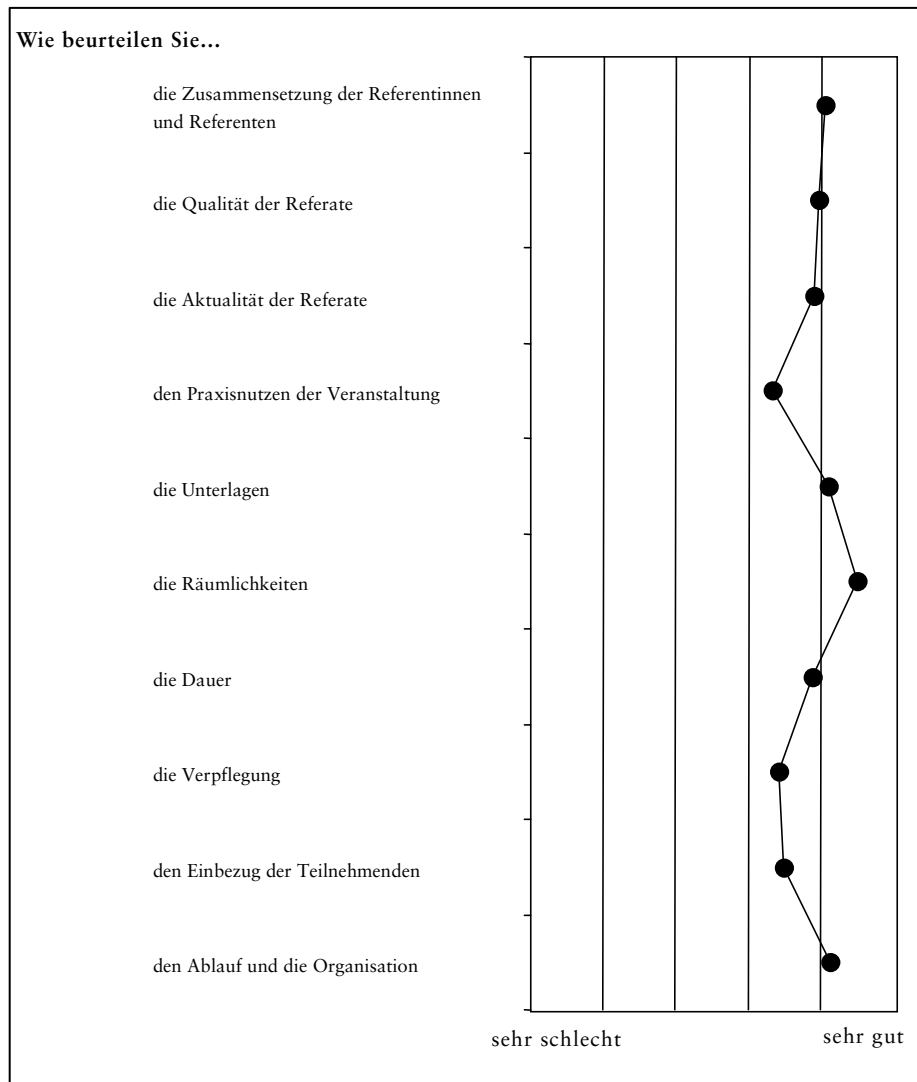
D 11.6: Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Tagung, N=71



Bewertung der Inhalte

Die Teilnehmenden wurden gebeten, die einzelnen Elemente der Veranstaltung zu bewerten. Die Ergebnisse sind in der Darstellung D 11.7 zusammengefasst. Sehr gut bewertet wurden die Räumlichkeiten, der abgegebene Tagungsband sowie der generelle Ablauf und die Organisation der Tagung. Weniger gut, aber immer noch deutlich positiv wurden der praktische Nutzen der Veranstaltung sowie die Verpflegung beurteilt. Mit den Inhalten, der Zusammensetzung, der Qualität und Aktualität der Referate waren die Teilnehmenden sehr zufrieden und gaben dafür auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 6 (sehr zufrieden) den Wert 5,0 an, welcher über dem Gesamtdurchschnitt aller Veranstaltungen (4,7) liegt.

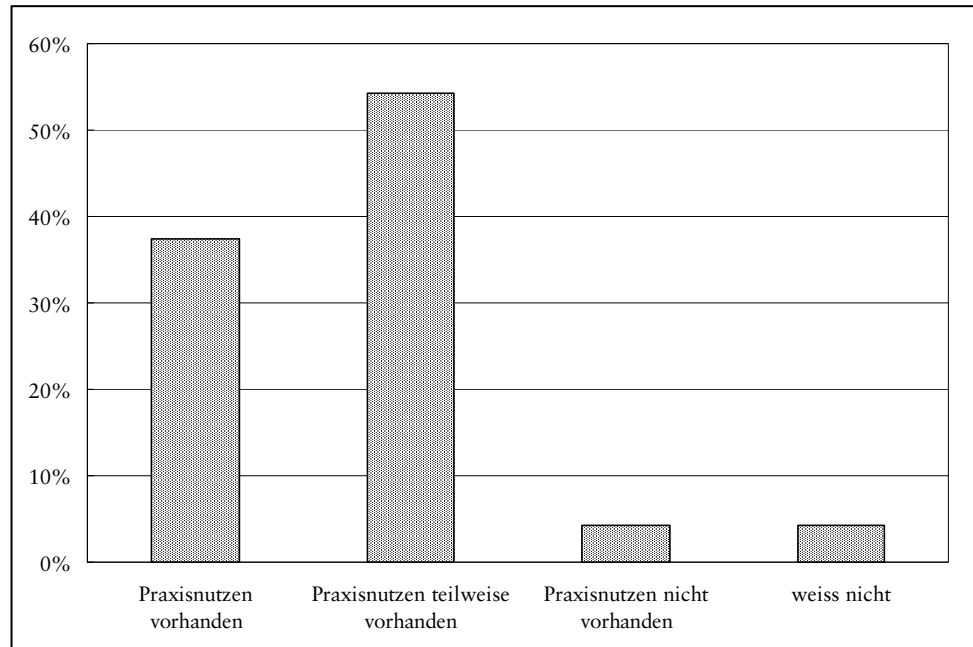
D 11.7: Bewertung einzelner Elemente der Jahrestagung, N=71



Praxisnutzen der Tagung

Ob der Besuch der Veranstaltung eine Auswirkung auf den Alltag haben werde, beurteilen die Teilnehmenden unterschiedlich. Die Ergebnisse werden in Darstellung D 11.8 zusammengefasst.

D 11.8: Auswirkungen der Veranstaltung auf die Praxis, N=72



Fast 40 Prozent der Befragten antwortete auf die Frage, ob ein Praxisnutzen vorhanden sei, mit ja. Etwas mehr als 50 Prozent der Tagungsbesucherinnen und Besucher fanden, das Gehörte werde teilweise in ihren Berufsalltag einfließen. Insgesamt gaben somit 92 Prozent der Befragten an, dass die Veranstaltung einen praktischen Nutzen habe. Diese Einschätzung liegt über dem Durchschnittswert für alle Veranstaltungen (80 Prozent). Lediglich für vier Prozent hatte die Veranstaltung keine Wirkung in der Praxis. Gleich gross war der Anteil jener, die angaben, sie wüssten es nicht.

Erfüllung der Erwartungen an die Veranstaltung

Die Erwartungen der Teilnehmenden an die Tagung wurden zu 61 Prozent erfüllt. Im Vergleich zu den anderen Tagungen ist dies ein guter Wert (Durchschnitt 43 Prozent). 36 Prozent der Befragten gaben an, ihre Erwartungen seien nur teilweise erfüllt worden. Lediglich eine Person gab an, sie sei enttäuscht und sehe ihre Erwartungen nicht erfüllt. Die Zielsetzung der Veranstaltung wird ebenfalls als hoch bezeichnet:

64 Prozent gaben an, voll und ganz zufrieden zu sein und 34 Prozent waren teilweise zufrieden mit der Zielerreichung.²

11.4 Zusammenfassende Bewertung

Die zusammenfassende Bewertung basiert auf insgesamt neun Einzelkriterien, die in Darstellung D 11.9 aufgeführt sind. Zum Vergleich werden in der letzten Spalte die Durchschnittswerte für alle Veranstaltungen angegeben.

Die Stärken der Veranstaltung lagen einerseits bei den Vorbereitungen und der Organisation. Hier fiel vor allem der angemessen gestaltete Zeitplan und dessen Einhaltung auf. Andererseits waren die Teilnehmenden mit den gebotenen Inhalten zufrieden und sahen ihre Erwartungen grösstenteils erfüllt. Verbesserungswürdig sind einerseits die quantitative Erreichung der Zielgruppen, die Zusammensetzung des Podiums sowie aus Sicht des Veranstalters die Beteiligung der zentralen Akteure des Investitionsprogramms.

² Ziel der Veranstaltung war es einerseits Bilanz über das Investitionsprogramm zu ziehen und andererseits einen Ausblick auf ein allfälliges Förderprogramm Energie 2000+ zu gewähren.

D 11.9: Zusammenfassende Bewertung

Bewertungskriterien	Schlussveranstaltung Investitionsprogramm	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen (Anzahl Kontaktierte pro teilnehmende Person)	37	77
2. Ablauf und Organisation (Summe der Bewertung der folgenden Kriterien: Ort, Räumlichkeiten, Hilfsmiteileinsatz, Unterlagen, Zeitplan und Verpflegung; Skala: 3 = gut, 1 = ungenügend)	18	16,4
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe (Anzahl erwartete Teilnahmen in Prozent der tatsächlich Teilnehmenden)	75	72
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis (Kosten pro teilnehmende Person in Fr.)	167	524
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe (Anteil der Personen, die den Zielgruppen entsprechen, in Prozent)	95	78
6. Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der Veranstaltung (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	4,8	4,4
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt der Referate, der Präsentationen und der Zusammensetzung der Referenten (Skala: 6 = sehr zufrieden, 1 = sehr unzufrieden)	5,0	4,7
8. Einschätzung des Praxisnutzens der Veranstaltung (Anteil der Personen, bei denen die Veranstaltung bleibende Erinnerungen hinterlässt, in Prozent)	92	80
9. Erfüllung der Erwartungen (Anteil der Personen, deren Erwartungen erfüllt worden sind, in Prozent)	61	43

12 Benchmarking und Empfehlungen

Im folgenden werden die Veranstaltungen der Ressorts einem Gesamtvergleich unterzogen. Die Bewertung der einzelnen Veranstaltungen gewinnt durch den Gesamtvergleich eine zusätzliche Dimension und dient dem Benchmarking. Anschliessend formulieren wir einige Empfehlungen, die bei der Weiterführung der Veranstaltungsreihe zu berücksichtigen sind.

12.1 Benchmarking

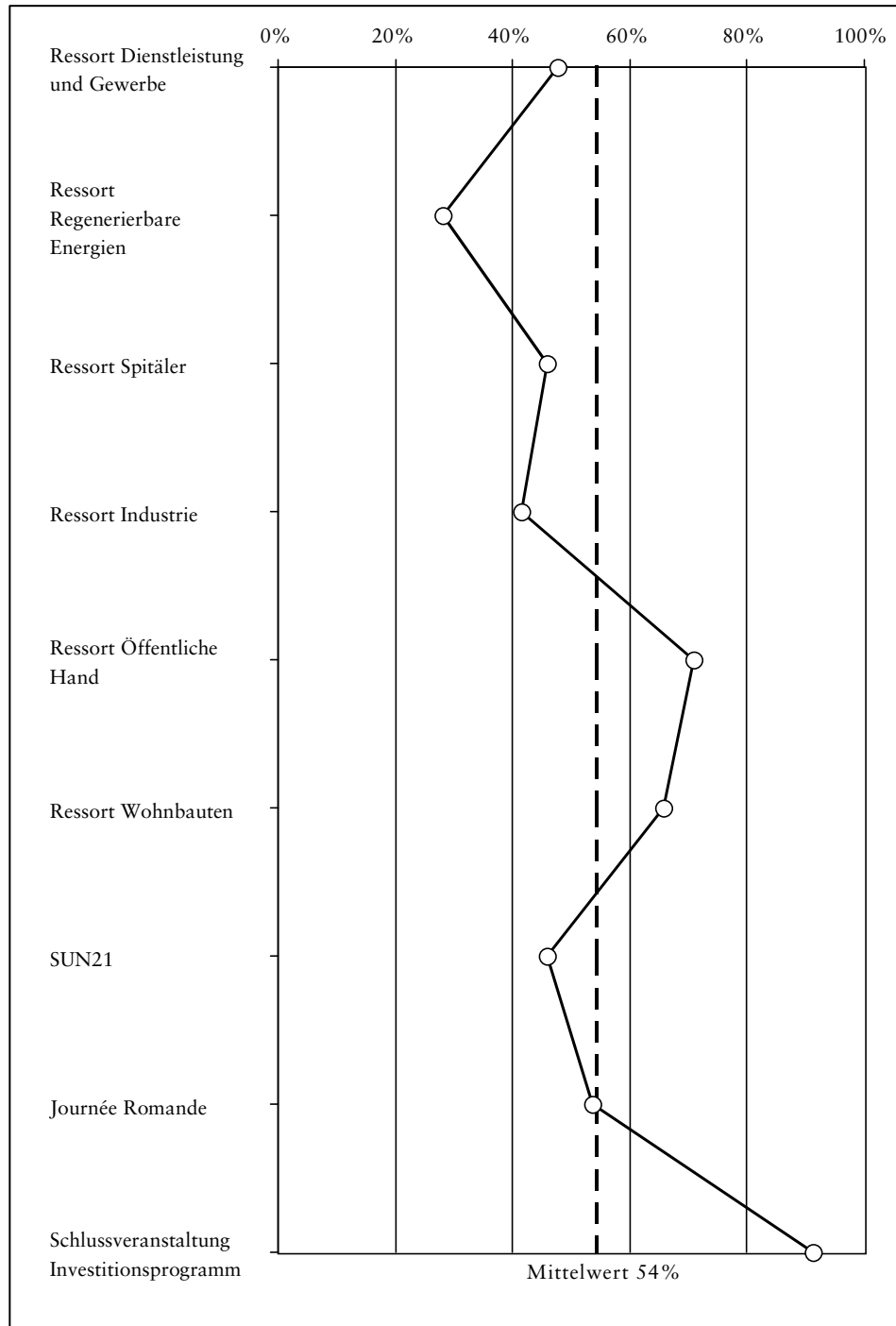
Gemäss den Grundsätzen des Benchmarkings orientiert sich ein Vergleich immer am Besten. Wir haben diesen Grundsatz umgesetzt, indem der beste Wert für jedes Kriterium gleich 100 Prozent gesetzt worden ist, der tiefste Wert entspricht Null. Dadurch wurden alle Werte miteinander direkt vergleichbar und lassen sich durch einen Mittelwert zusammenfassen. Die Darstellung D 12.1 auf der folgenden Seite zeigt die Ergebnisse dieses Benchmarkings.

D 12.1: Benchmarkwerte für alle Bewertungskriterien, in Prozent (auf der Skala von 0-100)

Bewertungskriterien	Ressort Dienstleistung und Gewerbe	Ressort Regenerierbare Energien	Ressort Spitäler	Ressort Industrie	Ressort Öffentliche Hand	Ressort Wohnbauten	SUN21	Journée Romande de l'énergie	Schlussveranstaltung Investitionsprogramm	Mittelwert
1. Beurteilung der Werbemaßnahmen	83	22	100	18	74	36	0	71	79	54
2. Ablauf und Organisation	75	50	0	75	75	100	25	50	100	61
3. Quantitative Erreichung der Zielgruppe	30	2	100	20	100	72	24	0	50	44
4. Kosten-Nutzen-Verhältnis	60	13	46	0	4	8	29	48	100	34
5. Qualitative Erreichung der Zielgruppe	0	82	100	37	31	76	29	84	94	59
6. Zufriedenheit mit der Veranstaltung insgesamt	67	33	0	25	92	92	83	75	100	63
7. Zufriedenheit mit dem Inhalt	43	0	29	71	71	86	71	86	100	62
8. Einschätzung des Praxisnutzens	17	50	33	92	94	100	94	0	97	64
9. Erfüllung der Erwartungen	54	0	6	34	97	20	57	69	100	49
Mittelwert	48	28	46	41	71	66	46	54	91	54

Wenn man die Mittelwerte aller Veranstaltungen in Darstellung D 12.2 vergleicht, präsentiert sich folgendes Bild. Die Schlussveranstaltung des Investitionsprogramms und die Tagungen der Ressorts Öffentliche Hand und Wohnbauten schneiden am besten ab und liegen über dem Mittelwert. Im Durchschnitt liegen die Veranstaltungen des Ressorts Dienstleistungen und Gewerbe, die Veranstaltungen der Ressorts Spitäler und Industrie, die Tagung an der SUN21 und der „Journée Romande“. Am schlechtesten schneidet die Tagung des Ressorts Regenerierbare Energien ab.

D 12.2: Vergleich der Gesamtbewertung



12.2 Empfehlungen

Mit der nationalen Veranstaltungsreihe ist es gelungen, über 1'000 Personen zu einer Teilnahme an der einen oder der anderen Jahresveranstaltung zu bewegen. Die Breitenwirkung des Programms und sein Präsenz in den relevanten Zielgruppen wurde dadurch verstärkt. Die Analyse der neun Bewertungskriterien und das Benchmarking machen aber deutlich, dass es kein Patentrezept gibt, das erfolgreiche und gleichzeitig kostengünstige Jahrestagungen auf nationaler Ebene garantieren kann. Trotzdem – oder gerade deshalb – möchten wir im folgenden einige Punkte aufgreifen, welche im Rahmen künftiger Veranstaltungsreihen zu beachten sind.

Verfeinerung der Bedürfnisanalyse

Das Hauptproblem der Tagungsreihe war sicher, dass die zahlenmässige Beteiligung der Zielgruppen in vielen Fällen und trotz erheblichem Werbeaufwand unter den Erwartungen blieb. Weshalb auf die Werbung nicht besser reagiert worden ist, kann das Benchmarking nicht beantworten. Wir schlagen vor, dass die Ressorts im Vorfeld neuerlicher Tagungen versuchen, die Bedürfnisse der Zielgruppen besser zu ermitteln. Denkbar wäre eine Nachfrage bei Nicht-Teilnehmenden oder eine engere Zusammenarbeit mit zielgruppennahen Organisationen bei der Planung der Veranstaltungen.

Optimierung des Adressmaterials

Trotz teilweise umfassenden Werbeanstrengungen gelang es oft nicht, die gewünschte Zahl von Besucherinnen und Besuchern zu erreichen. Dort wo die Teilnehmerzahl am höchsten war, musste sie mit einem grossen finanziellen Aufwand „erkauft“ werden. Aber auch ein rigoroser Mitteleinsatz garantierte allein noch keine hohe Beteiligung. Die Einladungen selber sind insgesamt gut bewertet worden. Durch eine attraktivere Gestaltung derselben lässt sich infolgedessen nur ein geringes Verbesserungspotential erschliessen.

Wir vermuten daher, dass ein Teil der geringen Resonanz auf zu unspezifische Adressbestände zurückzuführen ist. Hier müssen die Veranstalter eine Überprüfung vornehmen: Wurden vorhandene Adressbestände auch bewirtschaftet (Teilnahmen und Kontakte registriert) und gepflegt (aktualisiert, personalisiert)? Wie ist die Qualität von zugekauften Be-

ständen? Angesichts der umfassenden Versandlisten stellt sich ferner eine grundsätzliche Frage: Lässt sich über postalische Einladungen überhaupt eine bessere Teilnehmerzahl erreichen oder müssten nicht vielmehr andere Instrumente genutzt werden? Zu denken wäre an persönliche Kontakte, an frühe Ankündigungen der Termine in einschlägigen Kanälen (Fachpresse), an abgestufte Tagungskosten je nach Zeitpunkt der Anmeldung oder an Nachfassaktionen (telefonisch, per Fax, wie sie von verschiedenen Veranstaltern auch durchgeführt worden sind). Bewährt hat sich offenbar die Kombination der Veranstaltung mit einer Besichtigung als attraktivem Aufhänger, wie es vom Ressort Spitälär umgesetzt worden ist.

Rahmen der Jahresveranstaltung besser berücksichtigen

Bei verschiedenen Jahrestagungen wurde versucht, anlässlich grosser Rahmenveranstaltungen an die gewünschten Zielgruppen heranzukommen. Diese Strategie führte nur bei der Veranstaltung des Ressorts Öffentliche Hand zum Erfolg. Bei den übrigen Tagungen blieben die erhofften Synergieeffekte weitgehend aus. Bei den Veranstaltungen der Ressorts Dienstleistungen und Gewerbe sowie dem Ressort Regenerierbare Energien waren die Besucherinnen und Besucher der Rahmenveranstaltungen nicht bereit, längere Zeit ihres Aufenthalts für das Thema Energie zu reservieren. Die Veranstaltungen waren für das spezifische Umfeld zu lang. Im Rahmen der SUN21 dagegen hat sich gezeigt, dass sich die Interessen der Zielgruppen der einzelnen Ressorts von Energie 2000 nicht unbedingt mit jenen des Zielpublikums der SUN21 decken.

Daraus lässt sich ableiten, dass die „Shop-in-Shop-Strategie“ per se nicht zum Erfolg führt. Sie ist nur dann erfolgreich, wenn erstens die Tagung kurz ist und zweitens sich das Zielpublikum der Rahmenveranstaltung mit demjenigen der Ressortveranstaltung weitgehend deckt. Längere Veranstaltungen und solche mit sehr spezifischen Inhalten müssen daher unabhängig durchgeführt werden.

Über Alternativen zu nationalen Veranstaltungen nachdenken

Besonders bei jenen Veranstaltungen, bei denen die Kosten hoch und die Zahl der Teilnehmenden gering waren, wäre über Alternativen zu nationalen Jahresveranstaltungen nachzudenken. Wenn die Zielsetzung die gleiche bleibt, so könnte in den Fällen von der Durchführung einer Jahresveranstaltung abgewichen werden, wo die Ressort eine Alternati-

ve vorschlagen, die ein besseres Kosten-Nutzen-Verhältnis verspricht. Dies können beispielsweise mehrere kurze regionale Veranstaltungen sein oder mehrere kurze Auftritte an Grossanlässen nach dem Muster der „Shop-in-Shop-Strategie“. Im Rahmen regionaler Veranstaltungen könnten regionale Netzwerke der Ressorts besser genutzt werden und eventuell Inhalte stärker in Rahmenprogramme eingebettet werden. Denkbar sind Veranstaltungen, welche die teilweise abstrakten Dienstleistungen besser fassbar machen (Besuche von Anlagen, Besichtigung von besonders aktiven Betrieben, Demonstration von Technik in Modellen u.ä.). Da ein solches Vorgehen mit einer kleineren Zahl von Teilnehmenden besser durchführbar ist, wäre es vorteilhaft, es in verschiedenen Regionen durchzuführen.

Inhalte attraktiver aufbereiten

Die Analyse hat gezeigt, dass die Zufriedenheit mit den Tagungen verhältnismässig hoch ist. Die gebotenen Inhalte werden von den Teilnehmenden in der Regel ebenfalls gut bewertet. Daraus lässt sich ableiten, dass eine Verbesserung des Tagungserfolgs nicht primär durch die Wahl neuer Themen erreicht werden kann. Dies ist auch nicht ohne weiteres möglich, da die Ressorts klare Tätigkeitsfelder bearbeiten, die sich nicht beliebig ausdehnen lassen. Verbesserungspotentiale sind eher dort zu suchen, wo es um eine *attraktivere Aufbereitung* bestehender Inhalte und eine *Erhöhung des praktischen Nutzens* geht. Dies könnte mit Hilfe der oben erwähnten Massnahmen sowie Erfahrungsberichten aus der Praxis realisiert werden.

Einbezug der Teilnehmenden stärken

Bei den Abläufen der Veranstaltungen hat sich der Einbezug der Betroffenen als Schwachpunkt herauskristallisiert. Während die Qualität der Referate, die Tagungsräume, die Verpflegung etc. immer relativ positiv ankamen, konnten sich die Teilnehmenden zu wenig äusseren und auf das Gebotene reagieren. Dies gilt nicht nur für Veranstaltungen, welche aus zeitlichen Gründen auf ein Feedback der Anwesenden verzichteten. Vielmehr war fast überall ein zu dichtes Tagungsprogramm zu beobachten, welches vielfach die zeitlichen Vorgaben sprengte und auf diese Weise den Einbezug der Teilnehmenden zusätzlich beschnitten hat. Wir empfehlen daher in Zukunft, die Programme schlanker zu gestalten, mehr zeitliche Reserven einzubauen, damit zu lange Referate kompensiert werden können und mehr Gefässe für die Reaktionen des

Publikums zu schaffen (Diskussionen, Sammeln von Fragen mittels Briefkasten kurz vor einer Pause, Motivation der Anwesenden, auf das Vorgetragene zur reagieren, Moderation von Reaktionen, etc.).

Erfolgsfaktoren für Podiumsdiskussionen berücksichtigen

Bei einigen Veranstaltungen wurden zum Abschluss Podiumsgespräche durchgeführt. Dabei zeigte sich einerseits, dass von der Akustik und der Raumeinteilung her nicht alle Räumlichkeiten für solche Diskussionsrunden geeignet sind. Andererseits genügte es nicht, einfach alle Referentinnen und Referenten auf das Podium zu holen und zu hoffen, dass sich innerhalb von zwanzig Minuten eine interessante Diskussion ergeben wird. Dazu erwies sich die Zahl der Podiumsteilnehmer vielfach als zu hoch, die Zeit für die Diskussion als zu knapp und die Meinungen der Teilnehmenden als zu wenig kontrovers. Sollen Podien als Abschluss der Veranstaltung dienen, gilt es unseres Erachtens drei Grundsätze zu beachten: Erstens muss die Zahl der Podiumsteilnehmer den zeitlichen Vorgaben angepasst sein. Viele Podiumsteilnehmer (über fünf) machen ein langes Podiumsgespräch notwendig, weil sich jede Person mindestens einmal äussern muss. Umgekehrt kann bei zwei oder drei Podiumsteilnehmern plus Moderatoren die Dauer stärker begrenzt werden. Die Zeit für das Podium ist dagegen zu verlängern, wenn Fragen aus dem Publikum einfließen sollen. Zweitens muss das Podium eine zusätzliche inhaltliche Komponente zu den Referaten bieten. Ansonsten besteht die Gefahr, dass das Gesagte nochmals repetiert wird. Hier ist der Moderator gefordert. Auch kann durch stark polarisierende Meinungen und einer Kontroverse ein mehr an Inhalten angestrebt werden. Drittens müssen die Räumlichkeiten für ein Podium geeignet sein. Sind diese Voraussetzungen nicht oder nur teilweise gegeben, soll auf eine Podiumsdiskussion verzichtet werden.

Tagungsbände abgeben, Präsenzlisten erstellen

In den Befragungen hat sich gezeigt, dass die Tagungsbände mit den Zusammenfassungen der Referate sowie Raum für persönliche Notizen von den Teilnehmenden geschätzt werden. Als schwerer Fehler muss das Fehlen einer Präsenzliste (mit Adresse und Anschrift) bei zwei Veranstaltungen gewertet werden. In solchen Fällen lässt sich weder die Zusammensetzung der erreichten Zielgruppe bestimmen noch können Nachfassaktionen durchgeführt werden. Wir empfehlen daher als Standard für zukünftige Veranstaltungen die Redaktion einer Tagungsbeila-

ge, das Führen einer Präsenzliste, welche Aussagen zur effektiven Zahl und Zusammensetzung der Teilnehmenden gibt sowie eine Kontrolle der Anmeldeliste.

Anhang I: Fragebogen

Ihre Meinung interessiert uns!

Sehr geehrte Dame, sehr geehrter Herr

Sie haben ein Veranstaltung von Energie 2000 besucht. Damit wir Ihnen weiterhin einen grösstmöglichen Nutzen bieten können, sind wir von der Programmleitung Energie 2000 auf Ihre Mithilfe angewiesen. Bitte füllen Sie diesen Fragebogen aus und retournieren Sie ihn an den/die MitarbeiterIn von Interface, welche für uns die Befragung durchführt.

Besten Dank für Ihre Unterstützung

Programmleitung E2000

Interface
Institut für Politikstudien
Kapellgasse 1
6004 Luzern

0. Weshalb haben Sie an dieser Veranstaltung teilgenommen? *(Mehrere Antworten möglich)*

- ₁₁ aus beruflichem Interesse
- ₁₂ aus privatem Interesse
- ₁₃ um Informationen aus erster Hand zu bekommen
- ₁₄ um Leute kennenzulernen
- ₁₅ um Fragen stellen zu können
- ₁₆ um informelle Kontakte zu knüpfen
- ₁₇ um Gedanken auszutauschen
- ₁₈ zur Weiterbildung
- ₁₉ um Präsenz zu markieren
- ₂₀ um das Konkurrenzumfeld zu beobachten
- ₂₁ aus Neugier
- ₂₂ aus beruflicher Verpflichtung
- ₂₃ zufällig
- ₂₄ anderes, was _____

2. Welcher Teilnehmergruppe bzw. Branche fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ₉₀ Industrie | <input type="checkbox"/> ₉₆ Energiefachperson |
| <input type="checkbox"/> ₉₁ Gewerbe, Baugewerbe | <input type="checkbox"/> ₉₇ Presse |
| <input type="checkbox"/> ₉₂ Dienstleistung | <input type="checkbox"/> ₉₈ Politiker |
| <input type="checkbox"/> ₉₃ Handel | <input type="checkbox"/> ₉₉ Anderes, was _____ |
| <input type="checkbox"/> ₉₄ Gastgewerbe, Tourismus | |
| <input type="checkbox"/> ₉₅ Öffentliche Verwaltung | |

3. Geschlecht

- ₀₁ Frau
- ₀₂ Mann

4. Alter

- ₀₃ bis und mit 30 Jahre
- ₀₄ 31 bis 40 Jahre
- ₀₅ 41 bis 50 Jahre
- ₀₆ 51 bis 60 Jahre
- ₀₇ über 60 Jahre

5. Wie beurteilen Sie die Veranstaltung insgesamt bezüglich...

	sehr gut					sehr schlec
₃₁ Auswahl/ Zusammensetzung der ReferentInnen?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₂ Qualität der gehörten Referate?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₃ Aktualität/ Relevanz der gehörten Referate?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₄ Praxisnutzen der Veranstaltung?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₅ Unterlagen?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₆ Räumlichkeiten?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₇ Zeitdauer?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₈ Verpflegungsmöglichkeiten?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₃₉ Einbezug der Teilnehmenden?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁
₄₀ des organisatorischen Ablaufs?	<input type="checkbox"/> ₆	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₁

 6. Sollte die Ausrichtung der Veranstaltung verändert werden?

	stark ausbauen		gleich lassen		stark kürzen
41 praktische Aspekte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
42 juristische Aspekte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
43 politische Aspekte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
44 ökologische Aspekte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
45 ökonomische Aspekte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

7. Wie beurteilen Sie die Einladung zur Veranstaltung in Bezug auf ...?

	sehr gut					sehr schlec
51 Zeitpunkt, an dem Sie die Einladung erhalten haben	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
52 Informationsgehalt der Einladung	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
53 Aufmachung/ Attraktivität der Einladung	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
54 Anmeldeprozedere	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

8. Wird die Veranstaltung in Ihrem Alltag bleibende Spuren/ Erinnerungen hinterlassen?

- 61 ja
62 teilweise
63 nein
64 weiss nicht
-

9. Haben Sie vor, nach der Veranstaltung mit einem/ einer anderen TagungsteilnehmerIn Kontakt aufzunehmen?

- 71 ja
72 vielleicht
73 nein
-

10. Sind Ihre Erwartungen an die Veranstaltung erfüllt worden oder nicht?

- 81 ja, voll und ganz
82 teilweise
83 nein, überhaupt nicht
-

11. Wie zufrieden sind Sie mit der Veranstaltung insgesamt?

- 25 sehr zufrieden 6 5 4 3 2 1 sehr unzufrieden

Hier finden Sie Platz für Ihre Anregungen,
Gedanken und Kritikpunkte.