



Beschlussvorlage Federführend: FD 5.3 Regionalentwicklung, Schul- und Kulturwesen	Vorlage-Nr: VO/2014/239 Status: öffentlich Datum: 01.04.2014 Ansprechpartner/in: Dr. Kruse, Martin Bearbeiter/in: Sebastian Krug	
Mitwirkend:	Die Begründung der Nichtöffentlichkeit entnehmen sie bitte dem Sachverhalt.	
Kommunikationsdesign der Aufklärungskampagne "Energiesparheld bei der Arbeit"		
Beratungsfolge:		
Status	Gremium	Zuständigkeit
	Umwelt- und Bauausschuss	Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Der Umwelt-, und Bauausschuss fasst einen Beschluss nach Beratung der Aufklärungskampagne „Energiesparheld bei der Arbeit“.

2. Sachverhalt:

2.1 Energiekosten

Die Arbeitsplätze in der Kreisverwaltung verbrauchen zurzeit ca. 530.000 kWh Strom und 1.200.000 kWh Wärme pro Jahr. Dies verursacht Kosten in einer Höhe von 210.000€ pro Jahr.

Die Kosten für das Projekt belaufen sich auf maximal 11.500€ (Details in Anlage 1).

2.2 Einsparungen

Eine Studie der TU Magdeburg hat nachgewiesen, dass durch Aufklärungsarbeit angepasstes Nutzerverhalten den Stromverbrauch um bis zu 18% reduzieren kann. Die ausgearbeitete Kampagne der Universität soll als Vorlage dienen, um den Mitarbeitern der Kreisverwaltung einen effizienten Umgang mit Energie näher zu bringen (Details in Anlage 2). Schon eine defensiv geschätzte Einsparung von 5% der genutzten Energie, hätte eine Amortisationsdauer von nur einem Jahr zur Folge.

Durch die Kommunikation von Energiesparstrategien und der Ausgabe von Gutscheinen für schaltbare Steckdosenleisten (mit verlängertem Schalter, um diesen bequem zu erreichen)

wird eine Maßnahme aufgezeigt und die Freiwilligkeit der Aktion unterstreichen. Gleichzeitig wird verhindert, dass Maßnahmen getätigt werden, die später nicht umgesetzt werden.

2.3 Nutzen

Ergänzt werden soll die Change-Kampagne durch eine neuartige Visualisierungstechnik im Internet. Besucher und Mitarbeiter können sich über den momentanen Stromverbrauch informieren. Leicht lassen sich so die erreichten Einsparungen erkennen, wodurch ein engerer Bezug zur Kampagne hergestellt wird.

Die eigentliche Aufklärungskampagne wird durch eine Kommunikationsdesignerin gestaltet. Poster, Flyer und Aufkleber werde auf eine Weise entwickelt, dass sie die größtmögliche Akzeptanz erhalten und auch in Zukunft an anderen Liegenschaften im Kreis genutzt werden können.

Mit der Ausstellung „Unser Haus spart Energie – Gewusst wie“ können über die eigenen Angestellten hinaus, auch noch die breite Öffentlichkeit erreicht werden. So ist geplant eine Einladung an die Schulen des Kreises zu versenden. Diese sollen die Möglichkeit bekommen die Ausstellung geführt zu besuchen und seitens des Klimaschutzmanagements einen Vortrag zum Thema Klimawandel zu hören.

2.4 Name der Kampagne

Als Name für die Kampagne stehen momentan drei Versionen zur Verfügung, die im Verlauf der weiteren Entwicklung diskutiert werden.

Energiesparheld bei der Arbeit

Klimaheld bei der Arbeit

Umweltheld bei der Arbeit

2.5 Basislayout

Im Anhang befinden sich die Entwürfe der Energiesparheld-Kampagne. Zunächst gilt es das Heldenlogo zu entwickeln. Das Erkennungszeichen der Kampagne wird auf allen Flyern, Bildern und Aufklebern wiederzufinden sein. Es bildet das Bindeglied zwischen den einzelnen Elementen der Kampagne.

Die eigentliche Aufklärung, über Maßnahmen und Verhaltensvorschlägen wird über eine Posterserie stattfinden. Eine Bilderserie zu den Themen Licht, Heizen, PC, Treppensteigen und Elektrofahrzeug zeigt den Energiesparheld bei der Arbeit.

Es ist angedacht den Energiesparheld von bekannten Gesichtern aus der Verwaltung darstellen zu lassen. Neben freiwilligen Führungskräften oder Sachbearbeitern wäre eine Möglichkeit die Kampagne mit der Unterstützung der Auszubildenden durchzuführen. Junge, sympathische Gesichter, die in der Verwaltung bekannt sind und sich mit der Kampagne identifizieren wären tolle Unterstützung für das Projekt. Sollten sich zusätzlich einige Führungskräfte für die Fotoarbeiten bereit erklären würde die Kampagne weiteren Rückhalt gewinnen.

2.6 Start der Kampagne Oktober 2014

Ein Energiesparprojekt eignet sich am besten für die Zeit, in der am meisten Energie genutzt wird, also während der Heizperiode. Daher soll das Projekt mit dem Start der nächsten kalten Jahreszeit beginnen. Termin für den Startschuss ist der 20. Oktober 2014.

Finanzielle Auswirkungen:

Kosten für die Kampagne 11.500€

Einsparpotential von 5% entspricht ca. 10.000€ pro Jahr

Das Projekt wird aus dem Budget des Klimaschutzmanagements finanziert.

Anlage/n:

Kostenaufstellung

1. Entwurf des Basislayouts des Kommunikationsdesigns