

11 Veröffentlichung von Energiespartipps		Bewertung				
Handlungsfeld	Öffentlichkeitsarbeit	Priorität	■	■	■	
Treiber	Gemeinde	CO ₂ -Einsparpotenziale	■	■	■	
Zeithorizont	kurzfristig (1-3 Jahre)	Maßnahmenschärfe	■	■		
Verknüpfte Maßnahme	12, 13, 15, 16	Regionale Wertschöpfung	■	■		
		Investitionsaufwand	■			

Ziel der Maßnahme
<p>Durch Tipps zum Energiesparen sollen 10 % der Haushalte in Gottenheim zu einer Energieeinsparung von 750 kWh/Jahr animiert werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Sensibilisierung der Bürger für das Thema Energiesparen durch verstärkten Medieneinsatz und gezielte Öffentlichkeitsarbeit von Gemeinde und Energieversorger > Vermittlung eines einprägsamen Zielwerts (z.B. 750 kWh/Jahr pro Haushalt) als Motivationsstütze

Hintergrund und Beschreibung

Private Haushalte sind für knapp 50 % des Endenergieverbrauchs in Gottenheim verantwortlich (vgl. Abbildung). Hier bestehen zahlreiche Ansatzmöglichkeiten, den Energieverbrauch zu reduzieren. Nicht nur durch kostenintensive Maßnahmen, wie die Gebäudedämmung oder den Austausch von Heizanlagen, sondern bereits mit kleinen Veränderungen des täglichen Nutzerverhaltens sind wesentliche Energie- und damit CO₂-Einsparungen möglich. Viele Bürger sind sich der Höhe ihres Energieverbrauchs und den Einsparmöglichkeiten nicht bewusst. Ziel dieser Maßnahme sollte deshalb sein, über den Energieverbrauch in den einzelnen Anwendungsbereichen im Haushalt aufzuklären (Wärme, Strom, Mobilität, Konsum), über Handlungsmöglichkeiten zu informieren und damit auf einen sparsamen Umgang mit Energie im Haushalt hinzuwirken.

Sektor	Anteil
private Haushalte	49%
Wirtschaft	12%
öffentliche Liegenschaften	2%
Verkehr	37%

© badenova 2014

Die Haushalte in Gottenheim könnten auf verschiedene Weise angesprochen werden. Folgende Medien könnten genutzt werden:

- > Medien der Gemeinde
 - Infotafeln im Eingangsbereich des Rathauses
 - Aushangkasten der Gemeinde
 - Wöchentliche Energiespartipps im Gemeindeblatt
 - Veröffentlichung von Energiespartipps, Links, Erfahrungs-/Referenzberichte, Kontaktpersonen, Infos zu Förderprogrammen auf der Gemeinde-Homepage
- > Medien der badenova
 - Kundenmagazin der badenova
 - Strom- und Gasrechnung der badenova (Informativ Stromrechnung)

Folgende Energiesparthemen sollen einfach und verständlich im gewählten Medienmix regelmäßig veröffentlicht werden:

- > Strom sparen (im Haushalt, speziell Küche), Energiesparlampen nutzen, Wasser sparen, Heizkosten sparen, Abfall vermeiden, klimafreundliche Mobilität

Handlungsschritte		Zeitplan											
		Jahr 1				Jahr 2				Jahr 3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	Klärung der Zuständigkeit bei der Gemeinde und dem regionalen Energieversorger / Benennung eines Projektleiters	■											
2	Festlegung des Budgets	■	■										
3	Sammlung von Energiesparthemen / Anfertigung einer Checkliste zum Energiesparen und Abfallvermeiden	■	■										
4	Erstellung eines Kommunikationskonzepts für Energiesparthemen und Abfallvermeidung (Definition der Zielgruppe, Bestimmung der Kommunikationswege)		■	■									
5	Einbeziehung von Kooperationspartnern wie Gemeinde, lokale Betriebe und Presse in Kommunikationskonzept			■									
6	Veröffentlichung der Energiespar- und Abfallvermeidungstipps				■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Einholen von Feedback (kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung)				■	■	■	■	■	■	■	■	■

CO₂-Einsparpotenzial

CO₂-Einsparpotenzial: ca. 31 t CO₂/Jahr

Annahmen zur Berechnung:

- > Ca. 10 % der Haushalte (ca. 110 Haushalte) werden in den ersten drei Jahren durch die Energiespartipps zum Energiesparen animiert
- > Einsparung ca. 750 kWh/Jahr pro Haushalt
- > Gesamteinsparung von ca. 85.000 kWh/Jahr
- > Emissionsfaktoren: Strom: 0,614 kg CO₂/kWh; Wärmemix: 0,273 kg CO₂/kWh

Kosten

- > Abhängig vom Umfang der Maßnahme
- > Durch die Nutzung eigener Werbemittel wie dem Gemeindeblatt, Gemeinde-Homepage oder Aushang im Rathaus können die Kosten niedriger gehalten werden

Risiken und Hemmnisse

- > Kommunale Kapazität für die Erarbeitung einer Kampagne muss geschaffen werden
- > Engagierte Bürger als Vorreiter fehlen
- > Mangelnde Qualität der Werbung/Tipps
- > Unregelmäßige Veröffentlichung der Energiespartipps

Erfolgsindikatoren

- > Senkung des Energieverbrauchs in privaten Haushalten
- > Vermehrter Kauf von effizienten Geräten / Erhöhung der Sanierungsrate
- > Spürbare Reduzierung der Abfallmenge

Akteure

- > Gemeindeverwaltung
- > lokaler Energieversorger (badenova)
- > Bürger (als Multiplikatoren)
- > Hersteller von klimafreundlichen Geräten

Folgemaßnahmen

Regionale Wertschöpfungspotenziale

- > Energie- und Kosteneinsparungen