



penelope • bacchus

Promoting Energy efficiency to Local Organisations
through dissemination Partnerships in Europe
Best Actions for Collaboration in Countries
for a High efficient Use of energy in Structural funds

- [Print](#) - [Close](#) -

Demand-Side Management: “10.000 Energiesparlampen bis zum Jahr 2000“ - Clermont-Ferrand area (Puy-de-Dôme) - France

Demand-Side Management beim Stromverbrauch im Haushalt-Sektor: Sensibilisierung für Nutzungsaspekte bei Energiesparlampen und Werbekampagne

ZIELGRUPPEN	Sektor	Themen
- Haushalte	- Gebäude (inkl. Stadtverwaltung)	- Verbraucherseitige Maßnahmen (Demand Side Management DSM) - (energieeffiziente) Ausstattung und Geräte - Information

ANALYSE

PRÄSENTATION DER HAUPTZIELE UND PARTNER

Primäre Zielsetzung der Kampagne war die Information der Haushaltskonsumenten im Bezirk Clermont-Ferrand über die Vorteile von Energiesparlampen. Diese Leuchtmittel haben, verglichen mit herkömmlichen Glühbirnen, eine acht- bis zehnfache Lebensdauer und verbrauchen vier- bis fünfmal weniger Energie. Es gibt leider nur einen Nachteil: den Preis. Obwohl die Lampen im regulären Handel (Supermärkte, Heimwerker-Märkte) angeboten werden, ist der Einzelhandelspreis – rund €15 – eine Hürde. PHILIPS Licht beteiligte sich an diesem Projekt und bot im Rahmen einer Werbekampagne Sonderrabatte bei den Lampen-Verkaufspreisen: €4,25 und €5,85 für die 14 W- bzw. 18 W-Ausführung. Das regionale PHILIPS Vertriebsnetz konnte ebenso als Partner in diesem Programm gewonnen werden. Viele Supermärkte und Heimwerker-Märkte, deren Sortiment PHILIPS Energiesparlampen beinhaltet, beteiligten sich an dieser Aktion. Die Projektpartner setzten den Fokus auf die soziale Dimension des Programms. Sozial schwachen Familien soll die Nutzung dieser Leuchtmittel und die damit verbundenen signifikanten Einsparungen ermöglicht werden. Lampen wurden kostenlos an Haushalte, die Sozialhilfe für ihre Stromrechnung empfangen, vergeben. Einige Bezirksbehörden wurden ersucht, die Kosten für die Lampen zu tragen und die Verteilung an die betreffenden Haushalte in Kooperation mit der lokalen Sozialfürsorge und den Service-Zentren abzuwickeln.

VERTRIEBSNETZ UND WERBUNG

Die Projektpartner lancierten auch eine umfassende, hochinformativ Medienkampagne. TV-, Radio- und Zeitschriftenwerbung, Reklame in Städten, Werbeaufschriften auf Bussen und Zeitungsinserate stellten die primär genutzten Massenmedien dar. Gleichzeitig setzten die Partner aber auch einen Schwerpunkt bei der Werbung: Plakate an wichtigen öffentlichen Plätzen, Info-Folder für Sozialwohnbauträger und ADUHME-Partner, Informationen für Nachbarschaftsvereine, Konsumentenverbände und Gewerkschaften, Artikel in der lokalen Presse als fortgeführte mediale Aktivität nach der Projektstart-Pressekonferenz, etc. Der Vertrieb der Energiesparlampen wurde in einer akkordierten Aktion, die von Dienstag, 2. 11. bis Dienstag, 30. 11. 1999 lief, von Partnernetzwerken getragen. Werbeaktionen am Kaufort wurden an den vier Samstag während der Kampagnendauer organisiert.



REKLAME IN STÄDTEN



DIREKTWERBUNG IM HANDEL

KOSTEN - NUTZEN

Die Projekt-Kosten betragen €62.000, davon wurden 33% von ADEME, 49% von EDF-GDF SERVICES Clermont-Ferrand, 10% von PHILIPS Licht und der Rest von ADUHME getragen.

Folgende Ergebnisse wurden erzielt:

- 12.396 Lampen wurden über den Einzelhandel und Arbeitsberatungen verkauft;
- über die Lampen-Lebensdauer (6 Jahre) kumulierte Einsparungen in der Höhe von ca. €655.000;
- Energieeinsparungen von etwa 1.000 MWh/Jahr, das entspricht dem jährlichen Beleuchtungs-Energieverbrauch einer Gemeinde mit rund 7.000 EinwohnerInnen;
- Relative kurze Amortisationszeit (weniger als ein Jahr) für das Projekt-Konsortium; - Außergewöhnlich reizvolle Amortisationszeit für Haushaltskunden (null für 14 W-Lampen und 45 Tage für 18 W-Lampen, ausgehend von 6.000 Betriebsstunden);
- Die gesamte Bevölkerung der Region Clermont-Ferrand (rund 220.000 EinwohnerInnen in 14 Stadtgemeinden + Cournon d'Auvergne) wurde, zumindest theoretisch, für die Bedeutung energiesparender Geräte.

KOOPERATIONEN

Zu Projektbeginn wurden einige Hersteller hochwertiger Energiesparlampen kontaktiert. Der einzige Hersteller, der ein den geforderten Spezifikationen entsprechendes Angebot stellen konnte, war PHILIPS Licht.

Unterzeichner der Kooperationsvereinbarung:

- ADUHME (Projekt-Sponsor);
- ADEME Auvergne;
- EDF-GDF SERVICES Clermont-Ferrand;
- PHILIPS Licht inklusive regionalem Vertriebsnetz;
- ADIL 63.

Das Engagement und die Mobilisierung der Partner in den Projekt-Aktionsfeldern Organisation, Management und Monitoring waren Voraussetzungen für die friktionsfreie Implementierung und den Erfolg der Kampagne. Die durch die enge Zusammenarbeit entstandenen Synergien ließen die Partner an die Implementierung einer weiteren Kampagne zum Thema Energieeffizienz denken: hocheffiziente Elektro-Haushaltsgeräte.

EMPFEHLUNGEN

- Sonderpreis-Programme für begrenzte Zeiträume (1 bis 2 Monate);
- Implementierung eines umfassenden Medienkonzepts zur Konsolidierung des Kampagnen-Erfolgs, inklusive Kontrolle relevanter Kosten;
- Aufbau eines offenen Netzwerks von Vertriebspartnern;
- Garantiertes exaktes Monitoring des Vertriebsnetzes;
- Evaluierung der direkten Kampagne-Wirkung mittels Antwort-Karte.

ANMERKUNG: Eine Wirkungsanalyse wird zur Zeit ausgearbeitet.

WEITERE INFORMATIONEN

Name organisation [ADUHME](#)

:

Phone number : [+ 33 4 73 92 78 22](tel:+33473927822)

E-mail : s.contamine@aduhme.org

Website : <http://www.aduhme.org>

Name organisation [ADEME Auvergne](#)

:

Phone number : [+ 33 4 73 31 52 80](tel:+33473315280)

E-mail : brigitte.lauterbach@ademe.fr

Website : <http://www.ademe.fr/auvergne>

NÜTZLICHE INFORMATIONEN

List of Internet sites

Final report downloadable at the following address : / www.aduhme.org

PROJEKTBSCHREIBUNG

Organisation : [ADEME](#)
[ADUHME](#)

E-mail : francois.greaume@ademe.fr
contact@aduhme.org

Internet : <http://www.ademe.fr>
<http://www.aduhme.org>

Published : 9/8/2002

back to top ▲

Penelope Project Good Practice Database
© Energie-Cités 2001 - 2002 / [Webmaster](#)

