



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](#) -

Kampagne "Energiesparen auch während der Arbeit" - Stadt Pamplona (Region Navarra) - Spain

Eine Kampagne, deren Zielpublikum 1600 ArbeiterInnen der Stadtverwaltung von Pamplona darstellt, wurde von der Spanischen Energieagentur konzipiert und umgesetzt. Inhalt und Ausrichtung der Kampagne war die Forcierung des Energiesparens in öffentlichen Gebäuden. Ermutigende Ergebnisse wurden mit begrenzten finanziellen Mitteln erreicht.

ZIELGRUPPEN	Sektor	Themen
- Stadtverwaltung	- Gebäude (inkl. Stadtverwaltung)	- Verbraucherseitige Maßnahmen (Demand Side Management DSM) - Aus- und Weiterbildung

ANALYSE

KONTEXT

Personen, die den Spanischen Bauhof von Navarra leiten, mussten energieverschwendende Verhaltensweisen zur Kenntnis nehmen: viele der öffentlichen Bediensteten ließen gewöhnlich beim Verlassen der Büros das Licht oder die Computer eingeschaltet. Nach der Analyse des Problems kam die Spanische Energieagentur von Pamplona zum Entschluss, dass sich diese Verhaltensweise ändern könnte und die schlechten Angewohnheiten der ArbeiterInnen nur mittels eines kleinen Aufwands zu verbessern seien. Zu diesem Zwecke wurde eine spezielle Kampagne konzipiert. Trotz ihres kurzen Bestehens kann diese Agentur – sie wurde 1998 eingerichtet – auf frühere Erfahrungen im Bereich Energieeffizienz und Erneuerbare Energieträger verweisen, wie zum Beispiel: Leitfaden zu Energieeffizienz in öffentlichen Gebäuden (für das Wartungspersonal und die Gebäude-Verantwortlichen), kofinanziert mit SAVE-Mittel; Kurse zum Thema Energieeffizienz für Techniker und Arbeiter, die im Bereich des Stadtmanagement und der Sanierung tätig sind; und einige, noch laufende Demonstrationsprojekte im Bereich Erneuerbare Energieträger (Thermische Solaranlagen und Photovoltaik bei öffentlichen Gebäuden und Schulen mit Schautafeln und der Möglichkeit zur Besichtigung für alle BürgerInnen).

PROJEKT-BESCHREIBUNG

Diese Kampagne, von der Städtischen Energieagentur konzipiert und implementiert begann im September 2001 und ist noch im Laufen. Ihr wichtigstes Ziel ist die Energieeinsparung in städtischen Gebäuden durch die Anleitung der 1600 Beschäftigten der Stadtverwaltung zum Abschalten der Computer und des Büro-Lichts am Ende ihres Arbeitstages (die häufigere Verwendung von Recyclingpapier war ein weiteres Ziel). Ein Fernziel ist die stärkere Sensibilisierung der Stadtfunktionäre für eine bewussteren Ressourcen-Nutzung. Die zentralen Kriterien, die für die Gestaltung der Kampagne berücksichtigt wurden, sind folgende: einfach, leicht handzuhabend, unaufdringlich, günstig und dauerhaft. Die drei wichtigsten verwendeten Elemente waren: - An die ArbeiterInnen wurden erklärende Schreiben gerichtet, in denen die Ziele der Kampagne vorgestellt wurden. - Gemeinsam mit den erwähnten Briefen wurden kleindimensionierte Aufkleber (16 x 3cm) ausgeschickt, die auf den Bildschirmen angebracht werden sollten und die Bilder gemeinsam mit Fragen zeigten (Schaltest Du den Rechner aus, bevor Du gehst? Und die Beleuchtung? Recycelst Du Papier?). Diese waren nicht aggressiv gestaltet, jedoch kräftig genug um sich vom Monitorbild abzuheben. - Weiters wurden Poster (49 x 34cm groß), die die gleichen Schlüsselfragen beinhalteten, an strategisch wichtigen Plätzen in den Büros affiziert.



FOTO 1

Mitarbeiter der Stadtregierung von Pamplona an seinem Schreibtisch. Der an der Monitoroberkante angebrachte Aufkleber dient ihm als optischer Anreiz und erinnert ihn an die Schlüsselfragen zum Energiesparen.



FOTO 2

Panoramaaufnahme von einem der Büros in der Stadtregierung von Pamplona. Ein Aktionsplakat – hier unter dem Foto mit dem Geier angebracht – wurde an strategisch günstiger Stelle positioniert.

KOSTEN - NUTZEN

EVALUIERUNG VON KOSTEN UND NUTZEN

Obwohl eine quantitative Evaluierung der noch laufenden Kampagne bis jetzt nicht durchgeführt wurde, können aus einer qualitativen Perspektive einige interessante Schlussfolgerungen gezogen werden. Bemerkenswert sind die geringen Kosten, finanziert wurde durch Mittel aus dem Budget der Städtischen Energieagentur von Pamplona, die einzigen direkten Kosten sind durch die Produktion der 3000 Aufkleber (455,16 €) und der 125 Poster (345,10 €) entstanden. Es kann jedoch einiges mehr über die Verdienste des Projektes in ökologischer und sozialer Hinsicht gesagt werden. Unter Einbeziehung ökologischer und ökonomischer Gewinne (Energieeinsparung, Vermeidung von CO₂-Emissionen, finanzielle Ersparnis und Kostenreduktion) wird an der Entwicklung eines Modells und eines Computerprogramms für die genaue Quantifizierung gearbeitet. Entsprechend der erhaltenen unsystematisierten Daten und der deutlich gewordenen Verhaltensänderung der ArbeiterInnen kann eine Verbesserung in allen erwähnten Bereichen im Vergleich zur Situation vor der Implementierung der Aktion erwartet werden. Zwei bedeutende Aspekte kennzeichnen den sozialen Bereich: beispielhaftes Erleben und darauffolgende Umsetzung. In Bezug auf die erste Dimension kann von exemplarischen Aktionen der öffentlichen Verwaltung zum Energiesparen gesprochen werden, die wiederum Motivationscharakter für die restliche Bevölkerung haben. Andererseits hat diese Kampagne Nachahmer in unterschiedlicher Ausprägung gefunden: andere spanische Städte haben Information, sowie Aufkleber und Poster angefordert, große Unternehmen wie Volkswagen Navarra AG (1200 PCs) und Delphi Packard Spanien haben das Material in ihren Büros eingesetzt. Als Konsequenz dieser erfreulichen Resultate, hat die erste Firma mit der Städtischen Energieagentur Kontakt aufgenommen, um weitere Kooperation zu forcieren. Weiters haben einige KMUs, aber auch NGOs Interesse an dieser Aktion bekundet.

KOOPERATIONEN

HAUPTAKTEURE, KOMMUNIKATIONSSTRUKTUREN UND NETZWERKE

Die für diese Kampagne wichtigste Zielgruppe waren die 1600 bei der Stadt Pamplona Beschäftigten. Als Informationskanal für die im Oktober startende Aktion wurde ein offener Brief an die MitarbeiterInnen gewählt. Das Dokument wurde gemeinsam mit dem Gehaltszettel vom September an alle Angestellte geschickt. Der Stadtrat für Umwelt und Gesundheit stellte in dem von ihm unterzeichneten Brief die Ziele dieser Kampagne vor, beigelegt war ein Aufkleber, der eine unmittelbare Mitwirkung an der Kampagne anbot. Abgesehen von der Einbindung aller Akteure, war die Unterstützung der Direktoren der verschiedenen involvierten Abteilungen und der Gebäudeverantwortlichen maßgeblich für die Umsetzung der Kampagne. Die Direktoren spielten eine wichtige Rolle bei der Informationsverbreitung in den ihnen zugeordneten Abteilungen und als Impulsgeber im Prozessablauf. In ihrem Bereich hatten die Gebäude-Servicetechniker die verantwortungsvolle Aufgabe, der Städtischen Energieagentur Informationen über den Verlauf der Kampagne zu übermitteln. Die telefonischen Rückmeldungen vieler städtischer Bediensteter warfen einige Fragestellungen auf, brachten aber auch Anerkennung für die Initiative der Agentur.

EMPFEHLUNGEN

ZENTRALE ASPEKTE

Da die Kampagne noch läuft (bis Ende 2002), wäre eine Evaluation der Ergebnisse noch zu voreilig. Jedoch, unter Einbeziehung zukünftiger Anforderungen, ist ein Modell zur Beurteilung der Energieeinsparungen und des Projektfortschritts in Ausarbeitung (dazu nähere Informationen im Kapitel "Kosten und Nutzen"). Eine Evaluation für den Bereich "Papier-Recycling" ist ebenfalls angedacht. Trotz allem kann festgestellt werden, dass sich im Verhalten einiges geändert hat. Bei den MitarbeiterInnen, die für das städtische Gebäudeservice verantwortlich sind, konnten deutliche Unterschiede für die Zeit vor und nach der Projektumsetzung festgestellt werden. Die zahlreichen entgegengenommenen Anrufe städtischer Bediensteter zeichneten ein sehr positives Bild über die öffentliche Wahrnehmung und Akzeptanz der Initiative. Generell konnte die Agentur feststellen, dass die Leute sehr motiviert und von der Bedeutung der Kampagne überzeugt waren und ihre Anleitungen (auch in ihren eigenen Haushalten) Ernst nahmen. Andererseits scheinen geeignete Anreize Personen, die bislang wenig Umweltbewusstsein zeigten, zur Mitarbeit zu motivieren. Schließlich werden sich aufgrund des Programmcharakters (vor allem Einfachheit) von der Umsetzung dieses Konzept in anderen Kontexten positive und ermutigende Resultate erwartet.

WEITERE INFORMATIONEN

Name organisation: [Municipal Energy Agency of Pamplona \(Agencia Energética Municipal de Pamplona\)](#)

Phone number : + 34 948 22 95 72

E-mail : j.elizalde@ayto-pamplona.es

Website : <http://>

Name organisation: [IDAE](#)

Phone number : + 34 91 456 50 24

E-mail : iblanco@idae.es

Website : <http://www.idae.es>

NÜTZLICHE INFORMATIONEN

List of Publications

- SAVING ENERGY WE ALL WIN (AHORRANDO ENERGÍA GANAMOS TODOS) /	Difusión Publicidad /	Publicidad/Municipal / Energy Agency of Pamplona with the support of the SAVE Programme and the Government of Navarra /	1999
- TECHNICAL GUIDE ON ENERGY (GUÍA TÉCNICA SOBRE ENERGÍA) /	Difusión Publicidad /	/ Municipal Energy Agency of Pamplona with the support of the Government of Navarra /	2000
- ENERGY SAVING IN PUBLIC BUILDINGS GUIDE (GUÍA DE AHORRO ENERGÉTICO PARA EDIFICIOS PÚBLICOS) /	Difusión Publicidad /	Municipal Energy Agency of Pamplona with the support of the SAVE Programme and the Government of Navarra /	2000

PROJEKTbeschreibung

[back to top](#) ▲

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

