

17 Veröffentlichung von Energiespartipps

Handlungsfeld	Öffentlichkeitsarbeit
Treiber	Gemeinde
Zeithorizont	Kurzfristig (1-3 Jahre)
Verknüpfte Maßnahme	--

Bewertung

Priorität	■ ■ ■ ■
CO ₂ -Einsparpotenziale	■ ■ ■ ■
Maßnahmenschärfe	■
Regionale Wertschöpfung	■ ■ ■ ■
Investitionskosten	■ ■ ■ ■ ■

Ziel der Maßnahme

Durch Tipps zum Energiesparen sollen 40 % der Bevölkerung in Kolbingen nach 3 Jahren zu einer (Warm-)Wassereinsparung von 1 Liter pro Tag und Person, einer Stromeinsparung von 250 kWh pro Haushalt sowie zu einer Senkung des Wärmeverbrauchs um 1000 kWh pro Haushalt durch einen bewussteren Umgang mit Energie im Alltag animiert werden

- > Sensibilisierung der Bevölkerung für das Thema Energiesparen durch verstärkten Medieneinsatz und gezielte Öffentlichkeitsarbeit von Gemeinde und Energieversorger
- > Vermittlung eines Zielwerts (z.B. 250 kWh Strom pro Jahr und Haushalt) als Motivationsstütze

Hintergrund und Beschreibung

Private Haushalte sind für ca. 36% des Endenergieverbrauchs in Kolbingen verantwortlich (siehe Abbildung). Speziell in diesem Sektor bestehen zahlreiche Ansatzmöglichkeiten, den Energieverbrauch zu reduzieren. Maßnahmen mit großem CO₂-Hebel, wie die Gebäudedämmung oder der Austausch von Heizanlagen, sind meist sehr kostenintensiv. Wesentliche Energie- und damit CO₂-Einsparungen sind allerdings bereits auch mit kleinen Veränderungen des täglichen Nutzerverhaltens möglich. Viele Bürger sind sich der Höhe ihres Energieverbrauchs und der 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.

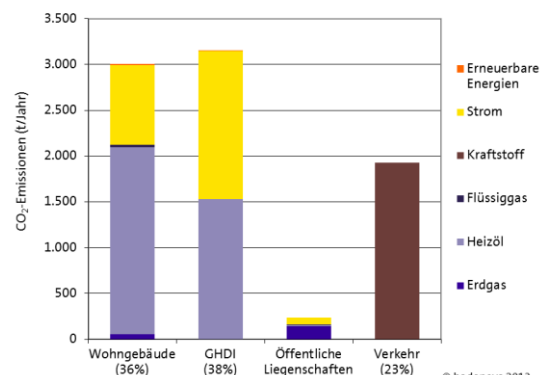


Abbildung: Energieverbrauch nach Energieträger und Sektor

Dabei sollen die Haushalte in Kolbingen auf verschiedene Weise angesprochen werden. Folgende Medien könnten genutzt werden:

- > Medien Gemeinde
 - Infotafeln im Eingangsbereich des Rathauses
 - Aushangkasten der Gemeinde
 - Wöchentliche Energiespartipps und Best-Practice Beispiele im Gemeindeblatt
 - Energiespartipps, Links, Erfahrungs-/Referenzberichte, Kontaktpersonen/Ansprechpartner, Infos zu Förderprogrammen auf der Gemeinde-Homepage
- > Medien Energieversorger
 - Kundenmagazin des Energieversorgers
 - Strom- und Gasrechnung des Energieversorgers (Informative Stromrechnung, bspw. mit Wert eines Durchschnittshaushalts der Gemeinde als Vergleichswert)

Folgende Energiespar-Themen sollen einfach und verständlich im gewählten Medienmix regelmäßig veröffentlicht werden:

- > Tipps zum Strom sparen im Haushalt, Umstieg auf Energiesparlampen, Tipps zum Wasser und Heizkosten einsparen, Abfall vermeiden, Informationen zur Alltagsmobilität

Handlungsschritte		Zeitplan				1. Jahr				2. Jahr				3. Jahr			
		Q1	Q2	Q3	Q4	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 Verantwortlichen																
2	Festlegung des Budgets																
3	Sammlung von Energiespar-Themen / Anfertigung einer Checkliste zum Energiesparen																
4	Erstellung eines Kommunikationskonzept für Energiespar-Themen (Definition der Zielgruppe, Bestimmung der Kommunikationswege)																
5	Einbeziehung von Kooperationspartnern wie Gemeinde und lokale Betriebe, Experten und Presse in das Kommunikationskonzept																
6	Veröffentlichung der Energiespartipps																
7	Einholung von Feedback (kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung)																
8	Halbjährliche Erneuerung der Tipps																

CO₂-Einsparpotenzial

CO₂-Einsparpotenzial: ca. 129 t CO₂/Jahr,
davon 39 t CO₂ Strom, 80 t CO₂ Heizwärme, 10 t CO₂ (Warm-)Wasser

Annahmen:

- > Schätzungsweise 40 % der Bevölkerung (ungefähr 260 Haushalte) werden in den ersten drei Jahren durch die Energiespartipps zum Energiesparen animiert
- > Einsparziele durch Energiespartipps:
 - o Strom: Ca. 250 kWh pro Haushalt und Jahr (entspricht 10% des Durchschnittsverbrauchs)
 - o Wärme: 1000 kWh je Haushalt und Jahr (entspricht 4% des Durchschnittsverbrauchs)
 - o (Warm-)Wasser: 1 Liter pro Tag und Person (entspricht 1% des Durchschnittsverbrauchs)
- > Gesamteinsparung:
 - o Strom: 65.000 kWh pro Jahr (insg. 3,4% im Sektor Wohngebäude)
 - o Wärme: 260.000 kWh pro Jahr (3,6% im Sektor Wohngebäude)
 - o (Warm-)Wasser: 569 m³ Wasser pro Jahr
- > Emissionsfaktoren von Strom: 0,599 kg CO₂/kWh, Heizöl: 0,321 kg CO₂/kWh, Erdgas: 0,253 kg CO₂/kWh, Flüssiggas: 0,263 kg CO₂/kWh, Pellets: 0,022 kg CO₂/kWh, Solarthermie: 0,044 kg CO₂/kWh, Warmwasser: 0,018 kg CO₂/l

Die CO₂-Einsparung ist abhängig vom Erfolg des Konzeptes und der Akzeptanz der Bürger in Kolbingen. Zusätzlich muss das CO₂-Einsparpotenzial dieser Maßnahme im Kontext mit den weiteren Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit gesehen werden. Erst durch eine kollektive Umsetzung der öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen kann das hier genannte Einsparpotenzial ausgeschöpft werden.

Kosten

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

Risiken und Hemmnisse

- > Kommunale Kapazitäten für die Erarbeitung eines Konzepts/Kampagne muss geschaffen werden (falls nicht extern vergeben)
- > Engagierte Bürger als Vorreiter fehlen
- > Qualität der (Be-)Werbung/Tipps
- > *Regelmäßige* Veröffentlichung der Energiespartipps

Erfolgsindikatoren

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

Akteure

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

Folgemaßnahmen

- > Kampagne kann durch Energiesparwettbewerbe, Prämien für den Austausch von Altgeräten, etc. ausgeweitet werden

Regionale Wertschöpfungspotenziale

- > Regionale Wertschöpfung ist nicht direkt ersichtlich. Nur wertschöpfend, falls lokale Betriebe beauftragt werden