

KEM - Leitprojekt

Klima- und Energiefonds des Bundes – managed by Kommunalkredit Public Consulting

Anleitung zur Verbreitung eines er- folgreichen KEM-Leitprojekts am Bei- spiel >>4 sind Licht<<

Ausfüllbare Vorlage

Dezember 2013

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	2
1. Fact-Sheet.....	3
2. Leitprojektbeschreibung	5
3. Innovation, Vorbildcharakter	6
4. Zielsetzungen.....	6
5. Projektmanagement.....	6
6. Projektkosten und Finanzierung.....	6
7. Rechtliche Rahmenbedingungen.....	7
8. Projektablauf	7
9. Zeitlinie des Projektablaufs	10
10. Erfolgskontrolle	11
11. Erfolgsfaktoren	11
12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen	12
13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit	12
14. Ergebnis /Ausblick	12
Anhänge.....	13

Einleitung

Sehr geehrte Damen und Herren!

Der Klima- und Energiefonds unterstützt mit dem Programm „Klima- und Energie-Modellregionen“ österreichische Regionen auf dem Weg zur Energieautarkie. Mit den Leitprojekten, die erstmals 2013 ausgeschrieben wurden, sollen Projekte mit Vorbildwirkung unterstützt werden, mit dem Ziel, dass diese Projekte im KEM-Netzwerk multipliziert werden.

Eine nachvollziehbare Anleitung zur Durchführung eines erfolgreichen KEM-Leitprojektes ist die Grundlage, um die erwünschte Verbreitung in anderen Regionen zu ermöglichen. Dieses Dokument ist eine ausfüllbare Vorlage zur einheitlichen Erstellung dieser Anleitung. Diese Anleitung soll Inspiration sein und Empfehlungen zur Durchführung Ihres Leitprojektes geben, die dann vom Anwender auf die eigenen Gegebenheiten angepasst werden kann.

Bitte verwenden Sie diese **Vorlage und ergänzen** Sie diese mit allfälligen **Anhängen**.

Hinweis:

Der Dateiname der durch Sie fertiggestellten Anleitung, hat am Beginn die sechsstellige Geschäftszahl Ihres Projektes zu beinhalten. Bsp.: „BXXXXXX Anleitung Leitprojekt PROJEKTNAME.pdf“. Der Datenumfang der Anleitung und weiterer Anhänge darf 10 MB nicht überschreiten. Falls dies nicht möglich ist, senden Sie eventuelle Anhänge (z.B. Bilderdokumentation) als separate Emails, die jeweils im Betreff die **Geschäftszahl** (BXXXXXX) Ihres Projektes beinhalten.

Grundsätze zur Veröffentlichung

Die „Anleitung Leitprojekt PROJEKTNAME“ und sämtliche allfällige Anhänge dienen zur Veröffentlichung und sollen den Innovationsgehalt und Vorbildcharakter des Projektes präsentieren und zur Multiplikation, Adaption oder Variation inspirieren.

Bitte senden Sie die fertiggestellte Anleitung bis spätestens **ein Jahr nach Vertragsannahme** in **elektronischer Form** unter Angabe der Geschäftszahl (**BXXXXXX**) **in der Betreffzeile** an die Kommunalkredit Public Consulting GmbH (KPC).E-Mail-Adresse: umwelt@kommunalkredit.at

Klima- und Energie-Modellregion

Anleitung zur Durchführung des Leitprojekts >>4 sind Licht<<

1. Fact-Sheet

Organisation	
Name der Klima- und Energiemodellregion (KEM):	KEM Ebreichsdorf
Geschäftszahl der KEM	B369798
Projekttitel des Leitprojekts	4 sind Licht
Geschäftszahl des Leitprojekts	B560008
Themenbereich des Leitprojekts (zB Wasserkraft etc.)	Energieeffizienz
Modellregions-ManagerIn	
Name:	DI Karin Mottl, MSc
Adresse:	Fischamenderstraße 12
Dienstort (Gemeinde / Bürostandort):	2460 Bruck/Leitha
e-mail:	k.mottl@energiepark.at
Telefon:	+432162/68100-50
Eingebundene Partner (Stichwort zur Funktion)	KEM Steuerungsgruppe (u.a. BM Kocevar, SR Strauss, SR Hörhan) Spectra Today – Projektpartner Philips Lighting GmbH - Projektpartner Ebreichsdorfer Schulen – Projektpartner Lokaler Handel – Projektpartner KEM Baden, Wagram und Vösendorf – KEM-Partner
Stakeholder (Politik, Interessensvertretungen, Vereine, Institutionen)	Gemeinde- und SchulvertreterInnen Ebreichsdorf Zusätzliche weitere 3 Gemeinden der KEM NÖ Energie- und Umweltagentur ad Beratung für Gemeinden Normenausschuss für Verkehrslicht Molto Luce ad Großhändler Innenbeleuchtung Siemens AG ad Contracting Wien Energie ad Contracting Prolicht ad Ergebnisse aus Lichtlabor Plantas ad Weihnachtsbeleuchtung
Anzahl über Medien erreichte Menschen (Schätzung) - Zeitungen:	Gemeindezeitung: 9.571 EbrDorfer Bevölkerung

- Radio:	0
- TV:	0
- Weitere: (Bitte kurze Information)	Change Magazin – nicht abschätzbar Homepage Energiepark (Verankerung KEM-Seite) – Zugriff durchschnittlich 3.500/Monat * 12 Monaten = 42.000 Homepage Stadt Ebreichsdorf – Annahme jede/r 4. EbreichsdorferIn: 2.250 p.a.
- SUMME Medien:	55.000 +



2. Leitprojektbeschreibung

Die Stadtgemeinde Ebreichsdorf hatte zuerst die Idee ihre Bürger zum Thema Energiewende zu erreichen. Warum? Ebreichsdorf beschäftigt sich seit 2008 mit der regionalen Energiewende und ist in der KEM seit Beginn des Programms.

Dazu erscheint monatlich eine eigene Gemeindezeitung, in der über alle Aktivitäten der Stadtgemeinde aktuell berichtet wird.

Ab 2011 beschäftigt sich die Stadt zudem mit der Entwicklung eines eigenen Windparks. Dazu gab es regelmäßig Informationsveranstaltungen und Publikationen. Insgesamt wurde rund zwanzigmal in den diversen Medien über die Windparkentwicklung berichtet.

Erst mit der Auflage zur Grundstückswidmung tauchte eine Protestbewegung auf. Es entstand sofort der Vorwurf in der Bevölkerung, dass „*sie nicht informiert wurde...*“ und der Beweis von rund 20 Medienberichten wurde nicht anerkannt.

Weiters stellte sich für die Bürgerinnen und Bürger die Frage, „*was sie denn von einem Windpark hätten ... und dass mit einem persönlichen Vorteil die Energiewende doch akzeptabler sei...*“.

Aus dieser Erfahrung heraus entstand die Idee der Stadt, dass man ihre Bürger emotionalisieren müsse. Dies sollte durch ein Geschenk an die Bürger erfolgen: **5 Stück LED-Lampen für jeden Haushalt.**

Dies führte zur Idee, dass dies die ideale Ausgangsposition für ein Leitprojekt ist, welches einerseits das komplexe Thema Licht im kommunalen Kontext erarbeitet und andererseits auch die Emotionalisierung und Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung zum Ziel hat.

Ebreichsdorf hat sich zum Ziel gesetzt, die Bürger stärker in den Prozess der Energieeffizienz einzubinden und hat dazu in Zusammenarbeit mit Philips bei ihren Bürgern 25.000 Glühbirnen, Halogen- und Energiesparlampen gegen moderne LED-Lampen getauscht. Diese größte in Österreich je durchgeführte freiwillige Lampentauschaktion in einer einzelnen Gemeinde brachte eine enorme Energieeinsparung für die Haushalte.

Rund um die Verteilaktion wurde ein Jahr lang das Thema Licht in der Region präsent gemacht und in mehreren Veranstaltungen und Workshops diskutiert, wobei auch der regionale Handel eingebunden wurde. In Schulen und anderen bildenden Einrichtungen wurde das Thema erläutert und mit praktischen Beispielen versehen. Das Projekt soll Vorbild für andere Regionen in Österreich werden und ein rascheres Umsetzen von Richtlinien, wie der Ökodesign-Richtlinie sowie ein starkes Bewusstsein in der Bevölkerung für energieeffiziente Beleuchtung schaffen.

Das Leitprojekt hat zum Ziel ein starkes Bewusstsein für Energieeffizienz bei der Verwendung von Licht in der Bevölkerung zu schaffen. Dabei wurde versucht der Bevölkerung bewusst zu machen, dass jeder Mensch zum Stromsparen beitragen kann. Licht ist hier ein wichtiger Faktor in der Energieeffizienz.

In kleinen Arbeitsgruppen wurde auch daran gearbeitet, wie Licht und dessen Einsatz anschaulich dargestellt werden können. Gemeinsam mit Philips wurden dann mehrere Produkte für Anschauungsbeispiele implementiert.

Zudem konnte ein Leitfaden für die Umsetzung von kommunalen Beleuchtungskonzepten erstellt werden. Hier ging es um die Entwicklung einer Methodik (eines Tools) für die konzeptionelle Arbeit in Kommunen, welche von Modellregionsmanagern eingesetzt werden.

3. Innovation, Vorbildcharakter

Das Leitprojekt ist ein Impuls, dass hinkünftig auf kommunaler Ebene eigene Lichtkonzepte entstehen können, welche sich dem Thema auch gesellschaftlich nähern. So könnte durch ein solches Konzept der langfristige Trend zu immer größerer „Lichtverschmutzung“ gestoppt und ein sinnvoller Einsatz von Licht trotz einer effizienteren Technologie erreicht werden. Somit können hinkünftig Strategien einen ganzheitlicheren Ansatz finden und ein besseres Verständnis, wo welches Licht verwendet werden soll, entstehen.

Weiters diene dieses Leitprojekt vor allem der Bevölkerung in Ebreichsdorf zur Vorbildwirkung alle Glühbirnen und ESL-Lampen sofort auszutauschen. In persönlichen Gesprächen mit jedem Haushalt konnten diese von der Sinnhaftigkeit des sofortigen Austausches überzeugt werden! Dies ist die effektivste Methodik zur Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung!

4. Zielsetzungen

Ebreichsdorf möchte Vorreiter in Sachen energieeffizientes Licht werden und der Bevölkerung soll bewusstgemacht werden, welchen Einfluss moderne Lichttechnik auf den Stromverbrauch haben kann. Als mittelfristiges Ziel möchte Ebreichsdorf, dass bis zum Jahr 2018 keine Glühbirnen oder Energiesparlampen in der Stadt vorhanden sind.

Dabei soll mit Anschauungsobjekten in der Lichttechnik eine Bewusstseinsbildung entstehen, welche auch in anderen Modellregionen multiplizierbar ist.

Kurzfristig sollte im Leitprojekt mit der Wirtschaft daran gearbeitet werden, dass keine Energiesparlampen und Glühbirnen in Ebreichsdorf mehr im Handel zur Verfügung stehen.

5. Projektmanagement

Das Projektmanagement enthielt die drei klassischen Bereiche: Durchführung regelmäßiger JF, Kontrolle der Meilensteine aus den Arbeitspaketen sowie Besprechung von Reklamationen im Projekt. Alle drei Bereiche sowie die avisierten Meilensteine (Erstellung der Monats-/Quartalsberichte und verpflichtender Zwischen- und Endbericht konnten erfolgreich umgesetzt werden. Die mid-term-Evaluierung fand am 10. September 2015 vor dem Klima- und Energie-fonds / dessen VertreterInnen statt – die Evaluierung wurde positiv abgeschlossen.

Die PM-Leitung lag beim MRM in enger Zusammenarbeit mit der KEM-Steuerungs- (Bürgermeister Kocevar, Fachstadtrat Strauss, Stadtrat Hörhan) und Projektgruppe (EPK Bruck, Spectra Today). Die genaue Aufgabenverantwortlichkeit und –aufteilung findet sich unter Punkt 9 im Detail.

6. Projektkosten und Finanzierung

Die eingereichten Projektkosten teilen sich in Sach-, Dritt- und Personalkosten, wobei sich die ersten beiden Positionen wie folgt im Detail darstellen:



Sach- und Projektkosten exkl. Innerbetriebliche Druck-/Reisekosten						
Arbeitspaket	Thema	Arbeit	Ausführender	NETTO	Netto Summe AP	BRUTTO
AP2	Öffentlichkeitsarbeit	Auftaktveranstaltung	Spectra Today	3.000	21.978	26.374
	Öffentlichkeitsarbeit	Arbeiten mit Bevölkerung	Klaus Hammer & Team	9.000		
	Öffentlichkeitsarbeit	Arbeiten mit Bevölkerung	Alexander Simader	3.500		
	Öffentlichkeitsarbeit	Medienarbeit	Spectra Today	500		
	Öffentlichkeitsarbeit	Medienarbeit	Stadt Ebreichsdorf	3.000		
	Öffentlichkeitsarbeit	Veranstaltungen	Leitfadenentwicklung	2.000		
	Fragebögen/Interviews	Unterstützung Durchführung Befragung B	Manpower Austria	978		
AP3	Lichtkonzept	Leitfadenentwicklung	Alexander Simader	7.000	25.000	30.000
	Lichtkonzept	Lichtkoffer	Philips	5.000		
	Lichtkonzept	Verbreitung in anderen Region	Alexander Simader	8.000		
		Leitfadenentwicklung	Leitfadenentwicklung	5.000		
AP4	Workshops	Messe	ASI	300	1.600	1.920
	Workshops	Messe	ASI	800		
	Workshops	Handel	ASI	500		

Die Investition der LEDs im Wert von knapp 80.000,-- Euro war nicht Teil des Leitprojektes. Dieses musste außerhalb des Leitprojektes direkt von der Stadt finanziert werden. Es war die Idee, dies durch das Energie-Effizienz-Gesetz zu refinanzieren. Allerdings sind die Preise für Maßnahmen stark gefallen. Dieser Verlust musste daher getragen werden.

7. Rechtliche Rahmenbedingungen

Ein wesentlicher Aspekt war die Nähe zu den Bürgern und die Suche des direkten Gesprächs mit ihnen. Dazu war – auch wenn die Finanzierung der LEDs außerhalb des Leitprojektes an sich stattfand, die Refinanzierung der Selbigen mittels des Bundes-Energieeffizienzgesetzes entscheidend.

Was die Durchführung eines kommunalen Lichtkonzeptes grundsätzlich betrifft, sind die Zwänge beim Einsatz von Licht durch gesetzliche Vorgaben massiv. Die Richtlinien betreffen den Einsatz von Straßen- und Ortsbeleuchtung, Arbeitsschutzvorgaben, Denkmalschutz- bzw. Naturschutzaspekte uvm.

So konterkarieren sich u.a. die Empfehlungen der Energieberater mit jenen der Polizei, welche aus Sicherheitsgründen mehr Licht in den Gärten, Straßen usw. haben möchten. Gleiches gilt für lokale Kaufmannschaften und das Stadtmarketing.

8. Projektlauf

Die Auswahl der Partner ergab sich aus der Konstellation der grundsätzlich regional tätigen Organisationen und Unternehmen:

- Energiepark Bruck begleitet die KEM seit 2009
- Alexander Simader ist der Energieberater der Stadtgemeinde Ebreichsdorf seit 2010
- Philips Licht ist ein Vorreiterunternehmen im Bereich LED
- Denkstatt ist als Umwelt- und Unternehmensberater aktiv in Zusammenarbeit mit Alexander Simader
- ENU betreut im Auftrag des Landes NÖ die niederösterreichischen Gemeinden



Die Initiative des Projektes basiert auf der Idee, dass mit dem Geschenk der Stadtgemeinde, die Bürger persönlich erreicht werden können. Die Idee entstammt einem Diskussionsprozess innerhalb der KEM.

1. Planungsphase / Projektvorbereitung:

Die Projektvorbereitung war geprägt durch die Vereinbarungen, welche die Schnittstelle zwischen dem Leitprojekt und der Aufgabe der Verteilung der Lampen darstellte. Dies war sowohl der spätere zeitintensivste Teil, als auch jene wesentliche Komponente zur Mobilisierung und Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung.

Der Beginn des Leitprojektes war geprägt von der Fragestellung „*Wie erreichen wir die Multiplikatoren und Bürger?*“ damit ein kommunales Lichtkonzept überhaupt Sinn macht und sich im Bewusstsein der Bürger und Entscheidungsträger nachhaltig festsetzt.

Während in der Theorie es als ausreichend erschien, einerseits die Bürger durch eine Medienkampagne und andererseits mittels dem „Geschenk“ LED-Lampen für das Thema zu begeistern, wurde rasch klar, dass es für eine aktive Mitarbeit der Bürger 2 wesentliche Dinge braucht:

1. Es braucht jemanden, der am Anfang die Leute für das Thema begeistern kann, damit es überhaupt eine Initialzündung gibt.
2. Um die Bürger zu erreichen, müssen wir zu ihnen gehen. Ansonsten werden wir nicht alle erreichen.

Beide Themen brachten am Anfang eine Veränderung in den geplanten Ablauf. Es wurde zwar nichts aus den eingereichten Arbeitspaketen weggelassen, jedoch kamen zusätzliche Aufwände dazu, welche die Kosten erhöhten.

Weiters mussten Anmerkungen der Jury im Team besprochen werden. So war unter anderem der Vorschlag zu diskutieren, dass die Stadt bzw. Philips in ihr LED-Lampen-Paket die unbeliebte 13 Watt-LED (Äquivalent zur 100 Watt Glühbirne) aufnehmen sollten, um dieser bei der Verringerung von Markteintrittsbarrieren zu helfen. Dies wurde aber seitens der Stadt vehement abgelehnt, da es ja bei der LED-Aktion um eine Steigerung der Akzeptanz von LEDs im Speziellen und von Energieeffizienzmaßnahmen im Besonderen ging. Man kam aber zum Schluß, dass die Verwendung einer Lampe, welche von vornherein unbeliebt ist, eher dem Projekt schädlich wäre. Es wurde allerdings festgehalten, dass bei einer möglichen Wiederholung der Aktion in Ebreichsdorf dann genau solche Aspekte besonders interessant wären.

Trotzdem kam es nochmals zu kleinen Veränderungen im Team. So wurde etwa die Zusammenarbeit mit Philips noch etwas vertieft. Die Aufgaben der Denkstatt wurden wiederum zwischen den beiden Hauptpartnern Energiepark Bruck und Spectra Today aufgeteilt. Dadurch konnte vorallem das Projektmanagement straffer geführt und vereinfacht werden.

2. Etappe 1 – Ankündigung, Projektstart

Die offizielle Auftaktveranstaltung fand am 22. Juni 2015 statt. Wie im Vorfeld geplant, war entscheidend, dass viele Bürger mobilisiert werden konnten. Es wurde daher der aus dem ORF bekannte „Science Buster“ Dr. Werner Gruber eingeladen. Dieser referierte vor rund 200 Besuchern rund 3 Stunden lang in einer Physik-Vorlesung zum Thema Licht. Er brachte das gesamte Thema in einer Art und Weise, welche die Bürger begeisterte und die Herausforderungen einfach erklärte. Damit konnte sowohl in den Medien als auch in der Politik ein klares Signal für ein erfolgreiches Leitprojekt/Konzept gesetzt werden. Denn es scheint, dass der Mobilisierungsgrad bei solchen Veranstaltungen sowohl bei Entscheidungsträgern als auch in der Bevölkerung die maßgebende Komponente für den Erfolg (Glaubwürdigkeit) darstellt.

In dieser Phase passierten viele Abstimmungsgespräche. Eine wesentliche Aufgabe war die Bürger zu erreichen. Es ist allgemein bekannt, dass die Mobilisierung der Bürger ein schwieriges Thema darstellt. Deshalb musste mit der Stadt eine Vereinbarung getroffen werden, dass die Lampenverteilung auf persönlicher Ebene passiert, dass aber eine Aufforderung zur Abholung nicht den gewünschten Effekt bringen könnte. Schlussendlich konnte man sich auf eine Hauszustellung der Lampen mit persönlicher Kontaktaufnahme einigen. Der Aufwand bei rund 5.000 Haushalten erhöhte sich dadurch aber dramatisch. Gleichzeitig



sollte aber auch die 1. Interview-Reihe (nahezu) abgeschlossen sein, bevor die LEDs ausgeteilt worden sind, damit später im Vergleich zur 2. Interview-Runde eine Veränderung (falls entstanden) auch beweisen kann.

3. Etappe 2 – 1. Interview-Reihe; Verteilaktion beginnt

Die erste Interview-Reihe startete unmittelbar vor dem Start der LED-Verteilaktion u.a. auf den Parkplätzen der Supermärkte und wurde durch Personal vom Energiepark Bruck durchgeführt. Mit Start der Verteilaktion wurde die Befragung direkt zu den Haushalten umgelenkt, da in den ersten Verteiltagen die Boten noch durch das MR-Management und durch Alexander Simader begleitet wurden. Dies war wichtig, damit etwaige Beratungen und Bewusstseinsbildende Gespräche an der Haustür auch entsprechend qualitativ erfolgen. Dazu musste im Vorfeld in der 1. Multiplikatoren-Schulung das Personal des Botendienstes eingehend ausgebildet werden.

Die Verteilaktion wurde in den Medien und mit einem Bürgermeister-Brief an alle Haushalte angekündigt. Es zeigte sich an den ersten Verteiltagen, dass ein hochqualitatives persönliches Gespräch an der Haustür nicht unter 5 Minuten zu machen ist. Nach den ersten Tagen wurde das System nochmals nachjustiert und der Zeitplan revidiert. Dazu wurde dann auch der Aufwand und die Personalbereitstellung für Gespräche im Rathaus erhöht, weil dort oft mehrfach gleichzeitig Bürger zur Abholung der Lampen erschienen, welche an der Haustür nicht angetroffen wurden, oder die eine Abholung im Rathaus bevorzugten. Da auch mit diesen ein persönliches Gespräch zum Thema Licht zu führen war, musste der Aufwand erhöht werden.

4. Etappe 3 – Arbeitsgruppen; kommunales Lichtkonzept; Verteilaktion läuft

Die Aktivitäten auf der Entscheidungssträgerebene waren wie folgt:

- Politik
- Verwaltung
- Elektrofachhandel
- Schulen und Schüler

Je nach Bedarf gab es eine unterschiedliche Anzahl an Meetings, wobei sich schnell zeigte, dass der regionale Fachhandel alles andere als kooperativ war und das Thema großteils skeptisch sieht. Zwar ist dem Fachhändler der technische und energetische Vorteil von LEDs klar, jedoch wollen sie sich nicht die Chance auf ein Geschäft mit herkömmlichen Glühlampen entgehen lassen, wenn der Kunde diese verlangt.

Die Workshops mit der Politik zeigen, dass eine starke Bereitschaft zur Veränderung vorhanden ist. In den Schulen zeigen Workshops, dass das Thema Licht eine besondere Bedeutung hat, da die meisten Schulen rund 30 Jahre alt, kaum modernisiert und daher auch eine sehr alte Lichttechnik haben. Daher sind gerade diese Projekte auch für die Schuladministration besonders interessant.

Die Bürger konnten auf einer 2-tägigen Wirtschaftsmesse in Ebreichsdorf wiederholt mit dem Thema Licht konfrontiert werden. Ein Großteil der rund 5.000 Besucher konnte sich an einem eigenen Stand zum Leitprojekt, der KEM informieren und gleichzeitig eine persönliche Energieberatung in Anspruch nehmen.

In Zusammenarbeit mit der Energiegruppe Ebreichsdorf, sowie mit der Energiegruppe Wagram wurden Bürgerpräsentationen mit dem Demonstrationskoffer entwickelt. Besonders anregend waren hierzu die Arbeit mit einem Prototypen. Der fertige Demonstrationskoffer wurde schlussendlich von Philips in mehrfacher Ausführung zur Verfügung gestellt, welche wiederum an anderen KEMs weitergegeben wurden.

Weiters wurden in Schulen, sowie im öffentlichen Raum neue Technologien bei der Beleuchtung eingesetzt. Zum Grossteil handelt es sich um Demonstrationsobjekte, um anschauliche Lösungen für die folgenden technischen Maßnahmen zu haben.

5. **Etappe 4 – Verteilaktion endet; 2. Interview-Reihe**

Die LED-Verteilaktion dauerte bis Ende Dezember und musste aufgrund des großen Interesses – auch von persönlichen Gesprächen – immer wieder verlängert werden. Es dauerte also seine Zeit, bis alle Haushalte besucht waren. Dazu gab es über den gesamten Zeitraum jeweils an 2 Tagen pro Woche Möglichkeiten zur Abholung von Lampen im Rathaus, sowie einem gleichzeitig stattfindenden persönlichen Gespräch mit dem MR-Manager oder mit Energieberater Alexander Simader.

Gegen Ende der Verteilaktion wurden aktiv LED-Tausch-Börsen beworben. Dazu kamen dann viele Bürger und tauschten LEDs bzw. informierten sich über Licht bzw. Energie im Allgemeinen. Interessanterweise war Windkraft kaum ein Thema.

Während gleichzeitig die Workshopreihe endete, wurde mit den neuen Erfahrungen der Interview-Fragebogen adaptiert. Wiederholt wurden die Interviews durch den MRM mit persönlicher Unterstützung durch ein qualifiziertes Unternehmen durchgeführt und summa summarum konnten mehr als 300 persönliche Interviews qualitativ ausgewertet werden.

6. **Etappe 5 – Epilog**

Mit den Ergebnissen aus der 2. Interviewrunde, kann auch festgestellt werden, dass es eine Bewusstseinsentwicklung gibt, was die Lampen selbst betrifft. Es gibt aber keine Wissensentwicklung über die Energie im Allgemeinen oder den eigenen Bedarf im Besonderen.

Das Leitprojekt endete offiziell mit einer Abschlussveranstaltung am 19. Mai, wo die wichtigsten Proponenten des Projektes nochmals zur Wort kamen und rund ein Dutzend österreichische KEMs dabei waren und mitdiskutierten. Es zeigte sich, dass es eine Vielzahl an organisatorischen Lösungsansätzen gibt, um in den KEM-Regionen sowohl eine strategische Lichtkonzeption zu setzen, als auch mittels Contracting, uä. Finanzierungsmechanismen einzusetzen, welche die Sanierungsquote bei Licht in jeder KEM erhöhen können.

9. **Zeitlinie des Projektablaufs**

Nr.	Kurzbezeichnung	Durchführendes Unternehmen	Beginn	Ende
1	Arbeitspaket Projektmanagement	Energiepark Bruck (EPK)	05/15	05/16
1.1	Jour Fix	EPK	05/15	05/16
1.2	Monatsberichte	EPK	05/15	05/16
1.3	Protokollführung	EPK	05/15	05/16
2	Arbeitspaket Bewusstseinsbildung, In- terviews & Öffentlich- keitsarbeit	EPK	05/15	05/16
2.1	Kommunikation mit Medien	EPK & Spetra To- day (ST)T	05/15	05/16
2.2	Schreiben von Texten	EPK & ST	05/15	05/16
2.3	Schulung von Multiplikatoren	EPK & ST	05/15	05/16
2.4	Arbeiten mit der Bevölkerung	EPK & ST	05/15	05/16
2.5	Fragebögen & Interviews	EPK	06/15	04/16
3	Arbeitspaket Leitfaden, Dissemination und Demonstration	ST	05/15	05/16

3.1	Entwicklung Leitfaden	ST	08/15	04/16
3.2	Entwicklung Lichtkoffer & Lichtleiste	ST	08/15	04/16
3.3	Workshops zu Leitfaden und Koffer	ST	08/15	04/16
3.4	Publikation in anderen Modellregionen	ST	05/15	05/16
3.5	Organisation eines Workshops für interessierte Modellregionen	ST	01/16	05/16
4	Arbeitspaket Handel - Workshops	EPK & ST	05/15	05/16
4.1	Erstellung eines Konzeptes für den Handel	ST	08/15	05/16
4.2	Organisation und Durchführung von Workshops	EPK & ST	08/15	05/16
4.3	Erstellung einer Grundsatzstrategie	ST	01/16	05/16

Die wichtigsten Meilensteine:

Auftaktveranstaltung im Rathaus Ebreichsdorf	22. Juni 2015
1. Interview-Reihe – Fragebogen A	Jun. 2015 – Aug. 2015
Projektvorstellung Messe	12.-13. August 2015
Verteilaktion LEDs an die Haushalte	August 2015 – Dez 2015
Arbeitstreffen mit dem Handel / Gemeinde	04. September 2015
Schulprojekte und -workshops	Oktober 2015 – Mai 2016
Infoveranstaltungen für die Bevölkerung	Oktober 2015 – Mai 2016
Projektvorstellung für interessierte KEMs	Oktober 2015 – Mai 2016
2. Interview-Reihe	März 2016 – April 2016
Abschlussveranstaltung	19. Mai 2016

10. Erfolgskontrolle

Qualitative Einhaltung der Projektziele und –meilensteine war ein wichtiges Thema und wurde unter der Leitung des MRM und der KEM Steuerungsgruppe kontinuierlich evaluiert. Ein Es gab sowohl monatliche Abstimmungen, sowie eine Besprechung pro Quartal mit der Stadtpolitik. Grundsätzlich konnte aber nahezu wöchentlich bei den Bürgertreffen im Rathaus, wo sich zumindest das MR-Management und Spectra Today trafen, regelmäßige Abstimmungen durchgeführt werden.

Hier fanden auch Abstimmungen mit Multiplikatoren statt. Mehrere Bürgermeister aus der Region erkundigten sich über den Ablauf und die Mitarbeiter des Botendienstes konnten ihre Fragen stellen, welche sich beim Besuch in den Haushalten nicht sofort klären ließen.

Ergänzend fand die vorgeschriebene mid-term-Evaluierung durch den Klimafonds im September 2015 statt, welche erfolgreich durchgeführt wurde.

11. Erfolgsfaktoren

Auch nach der Durchführung des Projektes bleibt die Überzeugung, dass die BürgerInnen emotional „erwischt“ werden müssen. Ob es immer eine Investition wie 25.000 LEDs bedarf und somit den BürgerInnen ein Geschenk gemacht werden muss, bleibt offen. Ohne emotionale Bindung geht es aber nicht. In diesem Fall würden rund 98% der Haushalte persönlich erreicht.

Zur Umsetzung eines kommunalen Lichtkonzeptes bedarf es einer Projektlaufzeit von rund einem Jahr, weil die gesellschaftspolitischen Abläufe einfach Zeit brauchen. Entscheidungsträger wollen

zudem Fakten, welche erhoben werden müssen. Üblicherweise werden solche Prozesse überregional gefördert. Derzeit gibt es eine solche Förderung nicht.

12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen

Das Projekt sollte ja auch zum Ziel haben, wirklich viele – eigentlich alle Bürger zu erreichen und zu emotionalisieren. Aufgrund der langjährigen Erfahrung in diesem Bereich wurde dazu ein Mechanismus gewählt, der eher ungewöhnlich und üblicherweise schwer zu finanzieren ist: **Es wird allen Bürgern etwas geschenkt!** Üblicherweise geht es in der Bewusstseinsbildung darum, dass man den Bürger mit Worten und Hinweisen auf die Sinnhaftigkeit einer Sache, wie z.B. den Klimaschutz, hinweist: **Also Bewusstseinsbildung durch Bildung!** Hier wurde nur ein stärkeres Mittel gewählt: **Bewusstseinsbildung durch Emotionalisierung!** Hier durch positive Emotionen, weil es ein Geschenk für die Bürger gab. Dieses Geschenk im Wert von knapp 80.000 Euro musste außerhalb des Leitprojektes direkt von der Stadt finanziert werden. Es war die Idee, dies durch das Energie-Effizienz-Gesetz zu refinanzieren. Allerdings sind die Preise für Maßnahmen stark gefallen. Dieser Verlust musste daher getragen werden.

Hier kann nur die Empfehlung gegeben werden, sich nicht auf eine Finanzierung mittels eines Maßnahmenverkauf im Sinne des Bundes-EEff-Gesetzes zu verlassen. Entscheidend ist die Emotionalisierung der Bürger. In welchem Sinne dies passiert, ist zweitrangig.

13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit

Das Projekt fand schon während seiner Durchführung großen Anklang in anderen Gemeinden. Zum Teil haben diese aus den lokalen Medien, über die KEM-Homepage, die Gemeindezeitungen sowie politische Gruppierungen u.a. davon erfahren. Hier half zum damaligen Zeitpunkt auch die Aktualität des Bundes-EEff-Gesetzes. Hier gab es in vielerlei Hinsicht schon Kopien von einzelnen im Leitprojekt durchgeführten Maßnahmen.

Innerregional wurde die Bevölkerung durch Flyer (bspw. Kick-Off / Abschlussveranstaltung), Aushänge und Poster (wie Ankündigung Schulworkshop oder Teilnahme an der Wirtschaftsmesse), Elternbriefe, die den Kindern mitgegeben wurden sowie Pressemeldungen laufend informiert. Außerregional wurden weiters andere KEMs operativ eingebunden und informiert. So fand ein Workshop mit anderen MRM statt. Es wurde ein Poster gemacht, der beim unmittelbar bevorstehenden Vernetzungstreffen präsentiert wird. Ein Auszug der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit findet sich im Anhang.

14. Ergebnis /Ausblick

Dieses Leitprojekt hat es geschafft mit knapp 5.000 Bürgern persönlichen Kontakt zu haben. Dies hat nicht nur der Bevölkerung geholfen, sondern auch den tätigen Personen, wie dem MRM. Es zeigte sich dabei auch ein Bild über das Wissen innerhalb der Bevölkerung, was die Lichttechnologie im Speziellen, wie auch über den Energiekonsum im Allgemeinen betrifft, das so noch nicht diskutiert wurde.

Wir als Beteiligte können aber feststellen, dass eine positive Emotion, welche hier eben durch ein Geschenk erfolgt ist, massiv hilft, um mehr Nähe zum Bürger zu erhalten. In wie weit dieses Gefühl dann dazu ausreicht, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen und eine positivere Grundeinstellung zur Energiewende zu erhalten, lässt sich derzeit aber noch nicht sagen. Hier wäre eine langfristige Betrachtung sinnvoll.

Weiters ist zu erwarten, dass mittelfristig alle Kommunen ein eigenes kommunales Lichtkonzept benötigen. Andernfalls ist kaum zu erwarten, dass trotz effizienterer Technologie, eine wirkliche Reduktion der Lichtemission erfolgt und weniger Licht bzw. Energie zum Einsatz kommt. Nur durch eine gesamthafte Diskussion kann hier ein langfristiges Gesamtziel erreicht werden.

Anhänge

Bitte schließen Sie zusätzliche schriftliche Unterlagen und Informationen hier im Anhang oder elektronisch unter **Nennung der Geschäftszahl im Dateinamen** an, falls es sich um eine gesonderte Datei handelt (Poster, Präsentationen, Zeitungsartikel, links, Formulare, Tools etc., die die Umsetzung Ihres Leitprojekts erleichtern).