



Projekt Nr.: TREN/04/FP6EN/S07.31038/ 503135

Acronym: BRITA in PuBs

Titel: Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings– BRITA in PuBs



Instrument: Integriertes Projekt

Thematischer Bereich: 6.1.3.2.1 ECO-BUILDINGS

D6 Communication guide - Kommunikationshandbuch



Revision: 0

Planmäßige Abgabe: 15/12/2005

Tatsächliche Abgabe: 15/12/2005

Projektstart: 1/5/2004

Projektdauer: 48 Monate

Verantwortlichen Projektpartner für diesen Bericht/nationale Übersetzung:
Ove Mørck, Cenergia Energy Consultants
Heike Erhorn-Kluttig, Fraunhofer-Institut für Bauphysik

Projekt-Koordinator:
Hans Erhorn
Fraunhofer-Institut für Bauphysik

Das Projekt wird gefördert durch die Europäische Kommission im 6. Rahmenprogramm (2002-2006)

Disseminierungsniveau

PU	Public: öffentlich	X
PP	Beschränkt auf andere Programmteilnehmer (inklusive der Kommissionsdienste)	
RE	Beschränkt auf eine Gruppe, die durch das Konsortium festgelegt wird (inklusive der Kommissionsdienste)	
CO	Vertraulich, nur für Mitglieder des Konsortiums (inklusive der Kommissionsdienste)	

D6

Kommunikationshandbuch

Autoren:

Ove Mørck (Cenergia, DK)

Kari Thunshelle (Byggforsk, N)

Heike Erhorn-Kluttig (Fraunhofer-Institut für Bauphysik, D)

Deutsche Übersetzung:

Heike Erhorn-Kluttig (Fraunhofer-Institut für Bauphysik)

Haftungsausschluß:

Bringing Retrofit Innovation to Application in
Public Buildings – BRITA in PuBs erhält
Fördermittel aus dem 6. Rahmenprogramm der EU
unter dem Vertrag:
TREN/04/FP6EN/S07.31038/503135

Der Inhalt dieses Dokuments spiegelt die Auffassung der Autoren
wieder. Die Autoren und die Europäische Kommission
sind nicht haftbar für jegliche Verwendung der
beinhalteten Informationen.

Vorwort

Das BRITA in PuBs Projekt ist ein EU-gefördertes integriertes Demonstrations- und Forschungsprojekt, das darauf abzielt, die Marktdurchdringung von innovativen und wirtschaftlichen Sanierungslösungen zur Verbesserung der Energieeffizienz sowie den Einsatz von erneuerbaren Energien in öffentlichen Gebäuden in ganz Europa zu steigern. Dies wird erstens durch die beispielhafte Sanierung von 8 öffentlichen Demonstrationsgebäuden in vier europäischen Regionen (Nord, Zentral, Süd, Ost) realisiert. Die Wahl von öffentlichen Gebäuden unterschiedlicher Art wie z.B. Fachhochschulen, Kulturzentren, Pflegeheime, Studentenwohnheime, Kirchen, etc. für den Einsatz der Sanierungsmaßnahmen erleichtert es, Gruppen mit unterschiedlichem Alter und sozialem Ursprung zu erreichen. Der zweite Projektteil ist der Forschungsbereich, der sozio-ökonomische Forschungsstudien zur Identifizierung der tatsächlichen Projektplanungsbedürfnisse, finanzielle Strategien, die Entwicklung von Planungsratgebern, die Entwicklung eines internetbasierten Ratgebers für Sanierungsmaßnahmen mit Beispielgebäuden sowie einen "Werkzeugkasten" für die Qualitätssicherung des Langzeitverhaltens des Gebäudes und der Anlagentechnik beinhaltet.

Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings – BRITA in PuBs ist deshalb ein Leitprojekt im EU ECO-BUILDINGS Programm. Das ECO-BUILDING Konzept soll die Umsetzung von neuen Entwicklungen anhand von Demonstrationen fördern, die über die EU Richtlinien zur Gebäudeeffizienz (EPBD) hinausgehen. Dadurch werden gesetzgebende und behördliche Maßnahmen zur Energieeffizienz und zur verstärkten Nutzung von erneuerbaren Energien im Gebäudesektor unterstützt.

1 Einleitung

1.1 Aufgabe

Das Kommunikationshandbuch ist ein Referenzdokument, das für die Informationsverbreitung von innovativen Sanierungsmaßnahmen für öffentliche Gebäude gedacht ist – z.B. durch Hersteller von innovativen Bauprodukten und Baukomponenten. Es soll ihnen dabei helfen, ihre Marketinginformation genauer auf die Zielgruppe abzustimmen. Im Speziellen wird das Handbuch für die Disseminierung der Ergebnisse aus dem BRITA in PuBs Projekt und für die Vermarktung der Tools aus dem Projekt angewendet.

1.2 Ziele

Das Hauptziel der Disseminierung ist es, dass öffentliche Entscheidungsträger (wichtige Lokalpolitiker und Entscheidungsträger in Verwaltungen) dafür sorgen, dass innovative energiesparende Sanierungstechnologien und Energieversorgung aus erneuerbaren Energien verstärkt zum Einsatz an öffentlichen Gebäuden kommen.

Der Schlüssel zur Motivation ist der Wissenstransfer in Richtung der Entscheidungsträger über technische Möglichkeiten zur Energieeinsparung und den Einsatz von erneuerbaren Energien in Verbindung mit praktischen und wirtschaftlichen Erfahrungen. Dadurch soll die energetische und nachhaltige Gebäudesanierung ein fester Bestandteil der Entscheidungsfindung werden.

1.3 Hintergrund

Das Kommunikationshandbuch wurde entwickelt, um die Disseminierungsstrategie im BRITA in PuBs Projekt zu vervollständigen, in dem übergreifende und länderspezifische Leitlinien für die Disseminierung der Projektergebnisse gegeben werden. Auf Grundlage einer sozio-ökonomischen Untersuchung wurde die Ursprungsstrategie für die Wissensverbreitung aus dem Projekt verfeinert. Eine kurze Zusammenfassung der sozio-ökonomischen Untersuchung ist in Kapitel 3 des Handbuchs dokumentiert. Kapitel 2 beschreibt die Disseminierungsstrategie, identifiziert die Zielgruppen und die Werkzeuge, um diese Zielgruppen zu erreichen.

2 Kommunikationsleitfaden

Der Kommunikationsleitfaden ist in 3 Bereiche untergliedert: Strategie, zielgerichtete Information und Disseminierungswerkzeuge. Diese Struktur soll einen einfachen und schnellen Zugang zu den benötigten Informationen wie z.B.: Welche Art der Information sollte für diese spezielle Zielgruppe erstellt werden? oder welches Disseminierungswerkzeug kann für eine bestimmte Information und einen bestimmte Zielgruppe nützlich sein?

2.1 Disseminierungsstrategie

Die Strategie basiert auf den ursprünglichen Disseminierungsideen, die für das BRITA in PuBs Projekt entwickelt wurden und den Ergebnissen der sozio-ökonomischen Untersuchung. Die grundsätzliche Idee ist die bestmögliche Nutzung der bestehenden Werkzeuge zur Wissensverbreitung (vorhandene Städtetzwerke, Internetseiten, Fachnachrichten (Newsletter), Zeitschriften, etc.) um die Zielgruppen zu erreichen und sie dann zur BRITA in PuBs Internetseite zu führen. Dies gilt für das BRITA in PuBs Projekt; für einen Produkthersteller sollte dies natürlich seine eigene Homepage sein. Dort sollten dann weitere Informationen und Neuigkeiten aus dem Projekt in elektronischer Form zur Verfügung stehen. Die Zielgruppen sollen das Gefühl haben, dass eine Verbindung zum Projekt für sie auch in Zukunft nützlich sein kann. Private Produkthersteller können dies z.B. dadurch umsetzen, dass sie einfache Rechenwerkzeuge für Gebäudeplaner zur Verfügung stellen. BRITA in PuBs wird die Projektergebnisse so z.B. die Entwurfsleitfäden aus dem Workpackage 2 (WP2), den "Werkzeugkasten" für die Qualitätssicherung des Langzeitverhaltens des Gebäudes und der Anlagentechnik aus WP3, das ganzheitliche Informationstool (WP4) und den Bericht der Beispielgebäude (WP5) auf die Internetseite stellen.

Die Strategie erfordert auch eine auf die Zielgruppen abgestimmte Information. Das bedeutet kurzgefasst, dass z.B. die Informationen für Politiker nicht die gleichen sein können, wie die für Gebäudeplaner. Die Idee der gezielten Information begründet sich nicht dadurch, dass die Zielgruppe durch die zur Verfügung gestellte Information überfordert sein könnte, sondern durch die Erfahrung, dass in unserem jetzigen Informationszeitalter die Nutzer kurze, auf den Punkt gebrachte Informationen bevorzugen, die für ihr tägliches Arbeitsumfeld nützlich sind. Die Anwendung dieser Strategie wird detailliert in Kapitel 2.3 (und in 2.3.2 für das BRITA in PuBs Projekt) beschrieben.

2.2 Zielgerichtete Information

In diesem Kapitel werden die identifizierten Zielgruppen zusammengestellt, in ihrer Art und speziellen Position beschrieben und die Charakteristik der für sie nützlichen Information angegeben. Die sozio-ökonomische Studie ergab die folgenden Zielgruppen:

- Fachpersonal für Planung und Management in der Verwaltung (lokale Behörden), das in der Realität den Gebäudeeigentümer repräsentiert
- Fachpersonal für die Instandhaltung in der Verwaltung
- Fachliche Berater (Gebäudeplaner wie Architekten und Ingenieure)
- Politiker
- Bauunternehmer
- Gebäudeeigentümer
- die allgemeine Öffentlichkeit

Die Zielgruppen beeinflussen sich gegenseitig auf unterschiedliche Weise – und nicht immer gleich in jeder Situation und in jedem Land. Bild 1 zeigt einige Beziehungen zwischen den Zielgruppen (ohne die Bauunternehmer, die als externe Gruppe angesehen werden). Die Beziehungen werden bei den unterschiedlichen Zielgruppen beschrieben.

Die Fachabteilung in Verwaltungen für öffentliche Gebäude ist für gewöhnlich die Abteilung oder das Amt, das den Eigentümer repräsentiert und verantwortlich für die Initiierung von Renovierungen und Sanierungen ist. In Deutschland ist das zumeist das Hochbauamt. Das dortige Personal, das mit Planung und Management beschäftigt ist, wurde von der sozio-ökonomischen Analyse als die für die Entscheidung Hauptverantwortlichen bzgl. dem Einsatz von innovativen energiesparenden Sanierungsmaßnahmen in öffentlichen Gebäuden bestimmt. Aber wie im Bild dargestellt, müssen sie mit anderen Gruppen zusammenarbeiten und werden zusätzlich von weiteren Gruppen wie z.B. den Gebäudeplanern und dem Fachpersonal für Instandhaltung beeinflusst, die selbst wieder durch das Feedback der Gebäudenutzer beeinflusst werden.

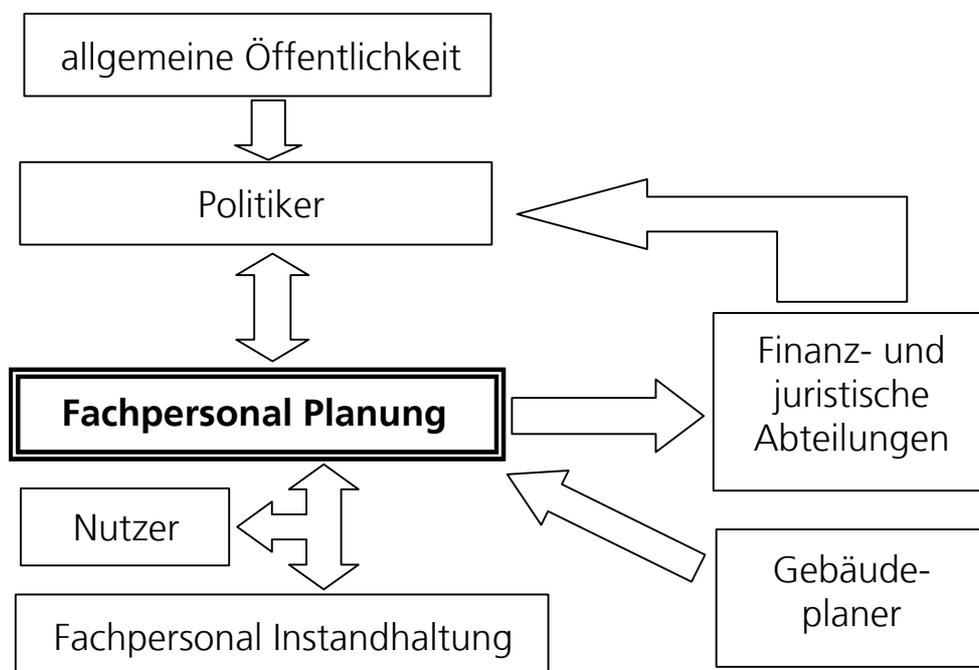


Bild 1: Darstellung der Wechselwirkung zwischen den unterschiedlichen Zielgruppen.

Untenstehend werden die Kennzeichen der benötigten bzw. nützlichen Informationen für jede Zielgruppe beschrieben, sowie die auf sie zugeschnittenen Ergebnisse des BRITA in PuBs Projekts aufgelistet.

Fachpersonal für Planung und Management in der Verwaltung (Hochbauamt): Dies sind die wichtigsten Personen, die bei der Informationsverbreitung erreicht werden sollten. Es ist nicht nur notwendig, diese oftmals sehr interessierte und fachlich sehr erfahrene Gruppe von den Vorteilen der innovativen Technologien zu überzeugen. Es ist genauso wichtig, sie mit Informationen zu versorgen, die es Ihnen ermöglicht, den für die finanziellen Bereiche zuständigen Teil der Verwaltung zu überzeugen. Außerdem arbeitet das Fachpersonal für Planung und Management mit den juristischen Abteilungen zusammen, z.B. im Bereich der nach Landesbauordnung zulässigen Möglichkeiten.

Art der benötigten Information: Kurz und auf den Punkt gebrachte fachliche und wirtschaftliche Informationen inklusive Energieeinsparungen, Investitionskosten, Betriebs- und Instandhaltungskosten. Um andere Verwaltungsteile zu überzeugen, brauchen sie auch Informationen über Beispielgebäude aus erfolgreichen Demonstrationsprojekten. Zusätzlich werden Informationen über die Finanzierung, sog. Incentives (wirtschaftliche Anreize) und mögliche Fördermodelle (auf nationaler oder internationaler Ebene) benötigt, um mit den anderen Verwaltungsabteilungen zu kommunizieren und für die Politiker Vorschläge auszuarbeiten.

Für die speziellen Anforderungen dieser Gruppe kann BRITA in PuBs folgendes zur Verfügung stellen:

- elektronischer Newsletter
- Internetseite (www.brita-in-pubs.com)
- Bericht über Finanzierungsstrategien
- BRITA in PuBs Informationstool über innovative Sanierungsmaßnahmen
- Bericht über die Demonstrationsgebäude
- Artikel in Fachjournals und Magazinen
- Symposium und weitere Konferenzen

Fachpersonal für die Instandhaltung in der Verwaltung: Oftmals haben die für die Instandhaltung zuständigen Personen einen bedeutenden Einfluß auf Entscheidungen, denn sie geben Hinweise und manchmal können sie sogar Vorschläge ablehnen.

Art der benötigten Information: Diese Personengruppe erfährt im Arbeitsalltag, was schief geht und neigt deshalb zu großer Skeptik. Für sie sollten Informationen über die Zuverlässigkeit von innovativen Maßnahmen und die Betriebs- und Instandhaltungskosten bereitgestellt werden.

Für die speziellen Anforderungen dieser Gruppe kann BRITA in PuBs folgendes zur Verfügung stellen:

- "Werkzeugkasten" für die Qualitätssicherung des Langzeitverhaltens des Gebäudes
- BRITA in PuBs Informationsblätter für das schwarze Brett
- BRITA in PuBs Internet-Lernmodul

Fachliche Berater (Architekten und Ingenieure): Dies ist eine wichtige Zielgruppe, da einer der festgestellten Gründe für die fehlende Anwendung von innovativen energiesparenden Maßnahmen der Konservatismus der fachlichen Berater ist, die angaben, dass diese Technologien noch nicht bekannt genug, nicht gut genug dokumentiert und deshalb nicht empfehlenswert sind. Architekten und Ingenieure sind für die Funktionsfähigkeit der von ihnen vorgeschlagenen Technologie verantwortlich. Eine weitere Gruppe, die eng mit den fachlichen Beratern verbunden ist, sind die Forschungsinstitute, da die Berater dort oft nach Information suchen.

Art der benötigten Information: Planungsinformation, Leitfäden und Tools. Kurze und präzise Informationen, z.B. aus Datenbanken, sind für diese Gruppe nützlich, um innovative Maßnahmen von Beginn an dem Bauherrn vorzuschlagen. Zusätzlich sollte ihnen detailliertere Informationen zur Verfügung gestellt werden, wenn sie diese für ein bestimmtes Projekt benötigen.

Für die speziellen Anforderungen dieser Gruppe kann BRITA in PuBs folgendes zur Verfügung stellen:

- Entwurfsleitfäden
- Bericht über die Demonstrationsgebäude
- Symposium und weitere Konferenzen

Politiker: Die politischen Entscheidungen können fundamental für den Wechsel zu innovativen Maßnahmen sein. Sie bestimmen die qualitativen Ziele und die finanziellen Randbedingungen. Am Wichtigsten aber für einen Wechsel im Planungsprozess ist das Treffen von politischen Entscheidungen.

Art der benötigten Information: Im Hinblick auf Politiker ist es wichtig, einfache und exakte Argumente für die Einführung der Technologien und Maßnahmen in Bezug auf Energieeinsparung, reduzierten CO₂-Emissionen und der Realisierung der Ziele des Kyoto-Protokolls aufzuzeigen.

Für die speziellen Anforderungen dieser Gruppe kann BRITA in PuBs folgendes zur Verfügung stellen:

- elektronischer Newsletter
- Internetseite (www.brita-in-pubs.com)
- Artikel in Fachjournals und Magazinen

Bauunternehmer: Da sie verantwortlich für die tatsächliche Umsetzung der Sanierungsmaßnahmen und deren Kosten sind, stellen die Bauunternehmer oftmals ein Hindernis für den Einsatz von innovativen Maßnahmen dar, weil sie vorsichtig sind (und sein müssen) bei der Abschätzung der Preise für neue Technologien und deshalb dazu tendieren Extrakosten zu addieren, um ihr Risiko abzudecken.

Art der benötigten Information: Was für diese Gruppe zählt sind dokumentierte Beispielgebäude, die aufzeigen, wie einfach eine neue Maßnahme umgesetzt werden kann und zu welchen Kosten.

Für die speziellen Anforderungen dieser Gruppe kann BRITA in PuBs folgendes zur Verfügung stellen:

- Bericht über die Demonstrationsgebäude
- "Werkzeugkasten" für die Qualitätssicherung des Langzeitverhaltens des Gebäudes
- BRITA in PuBs Informationstool über innovative Sanierungsmaßnahmen

Gebäudenutzer: Der Nutzer erfährt das Gebäude am direktesten, er ist derjenige, der sagt, ob die Behaglichkeit nicht stimmt, ob die Lüftung und die Beleuchtung nicht ausreichend sind. In einigen Fällen kann er Verbesserungen verlangen, die zu einer Sanierung des Gebäudes führen. Auf der anderen Seite ist der Nutzer derjenige, der nichtfunktionierende Systeme beanstandet, vor allem, wenn sie angebracht wurden, ohne dass seine Meinung dazu gehört wurde.

Art der benötigten Information: Diese Gruppe ist interessiert an praktischen Erfahrungen aus dem Bereich Komfort, Lärmbelästigung, etc.

Für die speziellen Anforderungen dieser Gruppe kann BRITA in PuBs folgendes zur Verfügung stellen:

- BRITA in PuBs Informationsblätter für das schwarze Brett
- Internetseite (www.brita-in-pubs.com)

Die allgemeine Öffentlichkeit: Die Öffentlichkeit beeinflusst die Politiker. Diese Gruppe ist sehr breit gefächert. In einigen Ländern (oder in einigen Gemeinden) ist die Umweltbewegung sehr stark, was dazu führt, dass die Politiker dieser Bewegung zuhören müssen.

Art der benötigten Information: Ähnlich wie für die Politiker müssen hier eine einfache und präzise Argumente zur Verfügung stehen, um die Technologien und Maßnahmen für Energieeinsparung und reduzierte CO₂-Emission bekannt zu machen.

Für die speziellen Anforderungen dieser Gruppe kann BRITA in PuBs folgendes zur Verfügung stellen:

- Internetseite (www.brita-in-pubs.com)
- BRITA in PuBs Informationsblätter für das schwarze Brett

- BRITA in PuBs Internet-Lernmodul

2.3 Disseminierungswerkzeuge

2.3.1 Überblick über vorhandene Werkzeuge/Kommunikationsmöglichkeiten

Die Wahl der Werkzeuge muss in Abhängigkeit von der zu verteilenden Informationsart und der ausgesuchten Zielgruppe getroffen werden. Kapitel 4 präsentiert den länderabhängigen Überblick über Kommunikationsmöglichkeiten. Zusätzlich wird angegeben, wie die Möglichkeiten am besten genutzt werden können. Ein genereller Überblick der möglichen Werkzeuge wird hier gegeben:

- Städtenetzwerke
- elektronischer Newsletter
- Internetseiten
- Fachzeitschriften
- Zeitungen
- Massenmedien (Radio, TV, Nachrichten)
- Seminare/Workshops für Gebäudefachleute

Es ist wichtig, daran zu denken, dass die Zielgruppen sich dabei unterscheiden, wie intensiv oder aktiv sie nach Information suchen. Einige der aufgelisteten Kommunikationsmöglichkeiten sind eher für die aktiv suchenden Zielgruppen geeignet (Städtenetzwerke, Internetseite, Fachzeitschriften und Seminare). Der Rest wendet sich eher an den weniger intensiv suchenden Teil der Gesellschaft. Es ist klar, dass eine effektive Disseminierungsstrategie beide Arten der Kommunikationsmöglichkeiten beinhalten sollte.

2.3.2 Spezielle Disseminierungsmöglichkeiten aus dem BRITA in PuBs Projekt

Städtenetzwerke

Die Informationen aus dem BRITA in PuBs Projekt werden direkt über zwei verschiedene Ebenen innerhalb der bestehenden Städtenetzwerke kommuniziert:

1. Lokale, nationale und professionelle Netzwerke, die Vertreter aus den Zielgruppen enthalten und lokale und regionale Energieagenturen in jedem teilnehmenden Land. So z.B. die Städtenetzwerke, Agenda21-Netzwerke, Nachhaltigkeitsnetzwerke und Netzwerke für Bau fachleute.
2. International wird das Energie-Cités Netzwerk als Unterauftragnehmer arbeiten, und dazu beitragen, die Zielgruppen auch in anderen Ländern zu erreichen. Die Ergebnisse des BRITA in PuBs Projekts werden disseminiert als Teil der täglichen Arbeit von Energie-Cités, so z.B. auf der Internetseite, auf Meetings, Symposia, etc.

Die Netzwerke sind gute Instrumente um Inspirationen zu kreieren, Diskussionen zu starten und die Ergebnisse mit anderen Themen zu verbinden. Die BRITA in PuBs Demonstrationsgebäude werden in jedem Land der Ausgangspunkt für die Wissensverbreitung aus dem Projekt sein und werden als Appetithäppchen für die Zielgruppen genutzt, um sie mit den Hauptinformationskanälen, der BRITA in PuBs Internetseite und dem elektronischen Newsletter zu verbinden.

Elektronischer Newsletter

Der Newsletter wird mit der Internetseite verbunden sein und für alle Länder derselbe sein. Ein elektronischer Newsletter mit neuen Projektinformationen auf der Internetseite wird 4 bis 6 mal im Jahr erarbeitet und ausgesendet.

BRITA in PuBs Internetseite

Die BRITA in PuBs Internetseite/Homepage ist eine gemeinsame Internetseite mit nationalen Unterseiten. Die Internetseite soll inspirieren und fungiert als zentrales Element für die Verbreitung der fachlichen Information. Die Homepage enthält und präsentiert die Projektergebnisse:

- BRITA in PuBs Informationstool über innovative Sanierungsmaßnahmen (BIT)
- BRITA "Werkzeugkasten" für die Qualitätssicherung des Langzeitverhaltens des Gebäudes
- BRITA Entwurfsleitfäden
- BRITA Bericht über Finanzierungsstrategien
- die Demonstrationsgebäude

Fachzeitschriften, Zeitungen, Massenmedien (Nachrichten, Meinungen, Beispiele und Forschungsergebnisse), allgemeine externe Kommunikation:

BRITA in PuBs produziert Artikel, die Energieeffizienzthemen in der Öffentlichkeit bekannt machen. Dies ist ein einfacher Weg, politische Debatten und damit auch die Politiker selbst zu beeinflussen. Die Artikeltexte müssen kurz, präzise, positiv und glaubwürdig sein.

Workshops/Konferenzen/Seminare:

Bewährte Foren für Wissensaustausch und Diskussion über unterschiedliche Aspekte der verschiedenen Sanierungslösungen. Das BRITA in PuBs Projekt organisiert ein Eco-Buildings Symposium in Berlin im November 2005 und die Partner nehmen an diversen Konferenzen, Workshops und Seminaren teil.

Im Fragebogen für die Entscheidungsträger wurden die kurzen und konzentrierten Treffen mit Kollegen aus anderen Verwaltungen auf Workshops und Seminaren als gute Möglichkeit bewertet, neue Technologien kennenzulernen.

Die Matrix auf der folgenden Seite zeigt, mit welchen Mitteln und zu welchen Zielgruppen die BRITA in PuBs Ergebnisse kommuniziert werden.

BRITA in PuBs Ergebnisse \ BRITA in PuBs Zielgruppen	Fachperso- nal für Pla- nung und Management	Fachperso- nal für die Instand- haltung	Fachberater (Architek- ten und Ingenieure)	Politiker	Gebäude- eigentümer	Bauunter- nehmer	Gebäude- nutzer	allgemeine Öffentlich- keit
Bericht über Finanzierungsstrategien	■		■		■			
Entwurfsleitfäden	■		■					
”Werkzeugkasten” für die Qualitätssicherung	■	■				■		
BIT: BRITA in PuBs Informationstool über innovative Sanierungsmaßnahmen	■		■	■	■	■		
Bericht über die Demonstrationsgebäude	■	■	■		■	■		■
BISHs: BRITA in PuBs Informations- blätter für das schwarze Brett		■					■	■
BRITA in PuBs Internet-Lernmodul		■					■	■
Internetseite (www.brita-in-pubs.com)	■	■	■	■	■	■	■	■
elektronischer Newsletter	■			■				
PR-Kampagne	■			■	■			
Artikel in Fachzeitschriften	■		■	■	■			■
Eco-Buildings Symposium + weitere Konferenzen	■		■					

■ speziell auf die Zielgruppe zugeschnitten ■ bietet wertvolle Informationen für die Zielgruppe

Bild 2: BRITA in PuBs Ergebnisse für die unterschiedlichen Zielgruppen

2.3.3 Allgemeine Kommentare über Disseminierung

Es ist allgemein bekannt, dass die Einführung neuer Ideen und Technologien so früh wie möglich bei der Gebäudeplanung erfolgen sollte. Da die Fachabteilungen in der Verwaltung und ihre Budgets von politischen Einflüssen abhängig sind, ist es wichtig, politische Argumente wie z.B. die Übereinstimmung mit internationalen, europäischen und nationalen Entwicklungen auszuarbeiten. Klare Argumente und verlässliche Information zu wichtigen politischen Themen können Brücken zwischen Partnern in unterschiedlichen Planungsphasen bilden.

Die politischen Argumente sollten positiv, leicht zu verstehen und als Presseerklärung oder kurze Artikel geformt werden. Die Texte werden in den Newslettern enthalten sein, aber auch über die Netzwerke verbreitet werden.

2.3.4 Evaluierung der Disseminierungsstrategie und der Disseminierungsaktivitäten

Nach einer gewissen Zeit sollte die Strategie und die Aktivitäten bewertet werden, um falls nötig Änderungen an der Strategie durchzuführen. Dieser Prozess kann als Kreislauf durchgeführt werden, wie Bild 3 zeigt:

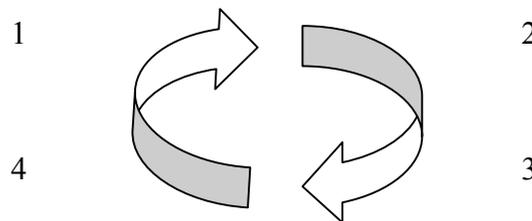


Bild 3: Bewertungskreislauf: 1- Funktioniert die Disseminierung wie erwartet?
2 – Falls nicht, warum? 3 – Was muss geändert werden? 4- Durchführung der Änderungen

3 Sozio-ökonomische Untersuchung

Die Ergebnisse der sozio-ökonomischen Analyse werden detailliert in einem eigenständigen Bericht D5: “Barriers and Needs” beschrieben. Hier wird eine kurze Zusammenfassung präsentiert. Ein 3-stufiger Ansatz wurde gewählt: Zuerst eine Literaturanalyse, danach wurden Interviews mit Entscheidungsträgern durchgeführt und als letztes wurde ein Fragebogen entwickelt und auf der Projekthomepage von Vertretern der Zielgruppe aus allen Ländern beantwortet. Die Literaturanalyse führte dazu, dass die Hindernisse gegen die Verwendung von innovativen energieeffizienten Sanierungsmaßnahmen in drei Kategorien eingeteilt wurden:

- Information/Wissen
- Wirtschaftlichkeit
- Organisation

Deshalb wurden die Interviews und die Fragebögen entsprechend der Kategorien organisiert.

Der Informationsbedarf ist in Art und Tiefe unterschiedlich in den befragten öffentlichen Verwaltungen. Einige Entscheidungsträger benötigen Wissen über die technischen Möglichkeiten für Sanierungen, andere brauchen Rat zur praktischen Anwendung der Lösungen oder zur finanziellen Seite. Dies beinhaltet auch Informationen über finanzielle Anreize oder Fördermittel.

Im Bereich der Wirtschaftlichkeit ergaben die Interviews, dass die Möglichkeiten für diverse Finanzierungen und Fördermittel stark voneinander abweichen, nicht nur zwischen den Ländern, sondern auch zwischen einzelnen Städten. Die Finanzen werden oft als Haupthindernis angesehen, aber das Budget wird mittlerweile vermehrt in Relation zum erwarteten Ergebnis des Projekts, so z.B. geringeren Energieverbrauchskosten, gesehen. Die Zuverlässigkeit einer Energiesparmaßnahme ist von hoher Bedeutung und muss auf verlässlichen Voraussagen zu Einsparungen und Instandhaltungskosten basieren.

Der finanzielle Aspekt besteht daher neben den politischen und gesetzlichen Aspekten und kompliziert die Anwendung der energieeffizienten Sanierungsmaßnahmen. Spezielle Lösungsansätze gibt es deshalb oft nur in einzelnen Gebäuden in den Ländern. Diese müssen daher als Inspiration für Städte dienen, die sich mit solchen Themen noch nicht sehr beschäftigt haben.

Zum Thema Organisation verdeutlichten die Interviews, dass die Identität des Hauptentscheidungsträgers abhängig von der Organisation der Gemeindeverwaltung bzw. des Projekts ist. Die Entscheidungen können z.B. durch Politiker beeinflusst werden oder von anderen Personen, wie z.B. Fachberatern getroffen werden. Zusätzlich verlangt die Einführung von energiesparenden Sanierungstechnologien eine neue Struktur des Arbeitsprozesses in der Verwaltung: eine stärker übergreifende Planung zwischen unterschiedlichen Abteilungen. Deshalb ist der Zeitaspekt ein wichtiger Faktor: es ist einfach nicht genügend Zeit vorhanden, um neue Maßnahmen gründlich zu bewerten.

Die Fragebögen untermauerten die Ergebnisse der Interviews: Benötigt wird verlässliche, fachliche und wirtschaftliche Information über Investitionskosten, Betriebs- und Instandhaltungskosten und Energieeinsparungen. Außerdem sind Planungshilfen (Leitfäden und Computertools) wichtig. Als gleichermaßen wichtig wurden Informationen über Energiesparmaßnahmen aus Statistiken und Erfahrungen aus nationalen Demonstrationsprojekten bewertet.

Gemäß den Antworten aus den Fragebögen sind als Zielgruppen primär das Fachpersonal für Planung und Management in den Ämtern und externe Fachberater (Gebäudeplaner) anzusehen. Auch Gebäudeeigentümer (in einigen Ländern ist dies die wichtigste Zielgruppe) und Bauunternehmer wurden als wichtig erachtet, gefolgt von Gebäudenutzern und der allgemeinen Öffentlichkeit.

Die Antworten auf die Fragebögen stimmten darin überein, dass der beste Weg zum Erreichen der Zielgruppen der elektronische Newsletter mit E-mail-Versand in Kombination mit Informationen auf einer Internetseite ist. Zusätzlich besteht ein allgemeines Interesse an gezielten Workshops über besondere Projekte oder Technologien.

In den meisten Ländern sollte die Information in der Landessprache bereitgestellt werden.

4 Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten in Deutschland

Internetadresse Kurze Beschreibung, die dem Leser ermöglicht, eine Informations- bzw. Kommunikationsmöglichkeit entsprechend einer bestimmten Informationsart und einer bestimmten Zielgruppe zu wählen

Internetseiten mit Newslettern

www.baunetz.de

Online-Dienst für die Baubranche unterteilt in Architekten, TGA-Ingenieure/Facility Manager, Bauunternehmer/Handwerker und Bauherren/Modernisierer

www.bine.info

Informationen über Fördergelder, Demonstrationsprojekte und Erneuerbare Energien, Veranstaltungen

www.energienetz.de

Internetseite des Bunds für Energieverbraucher, Sammlung von Pressemitteilungen zum Thema, Herstellerübersichten, Fernsehsendetermine zum Thema, Energiepreise

www.energie-server.de

Hinweise auf themenbezogene Veranstaltungen in Deutschland, Newsletter

www.enev-online.de

Aktuelle Themen zur Energieeinsparung, Interviews, Antworten auf Praxisfragen, Finanzierungsmöglichkeiten, Hinweise auf Publikationen, Dienstleisterverzeichnis, Links

www.irbdirekt.de

Bauliteraturservice

Fachzeitschriften

www.baunetz.de/arch/dbz

Deutsche Bauzeitschrift. Architektur – Entwurf – Detail. Spezialausgaben z.B. zu Bauen im Bestand

www.cci-promotor.de

Fachzeitschrift CCI zu technischen Gebäudeausrüstung

www.db.bauzeitung.de

Deutsche Bauzeitung. Zielgruppe Architekten und Ingenieure. Informationen zu konkreten Projekten, etc.

www.e-bauen.de

EB Zeitschrift für Energieeffizientes Bauen für Planer und Baupraktiker, Informationen zu Niedrigenergie- und Passivhäusern

www.facility-manager.de

Fachzeitschrift für Facilitymanager

www.geb-info.de

Fachzeitschrift Gebäude Energie Berater. Aktuelles zum Thema Gebäudesanierung

www.wiley-vch.de/ernstsohn/zeitschriften/bauphysik/bauphysik_info.html

Fachzeitschrift zum Thema Bauphysik

Spezielle Internetseiten

www.energielinks.de

Internetseite mit einer Übersicht über Links zu Energieagenturen, Energieversorgern, Forschungseinrichtungen, Energie-Contractoren

www.ibp.fraunhofer.de/wt/index.html

Informationen zur Forschungsergebnissen und Demonstrationsprojekten im Bereich Energieeinsparung Bietet auch einen Newsletter an

www.bmvbs.de

Internetseite des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung. Informationen zu Programmen für Sanierungen und zur Umsetzung der EPBD.

www.deutsche-energie-agentur.de

Informationen zur deutschen Umsetzung der EPBD (Energy Performance of Buildings Directive), finanziellen Unterstützungen bei Sanierungen, etc. Bietet auch einen Newsletter an

www.ensan.de

Internetseite des BMWT-Projekts Energetische Verbesserung der Bausubstanz. Informationen über Pilotprojekte und Veranstaltungen zum Thema.

www.epbd-ca.org

Internetseite des EU-Projekts EPBD Concerted Action. Informationen zum Stand der Umsetzung der EPBD in den diversen EU-Mitgliedstaaten. Bieter auch einen Newsletter an.

www.kfw.de

Informationen zu staatlicher Förderung von Sanierungsmaßnahmen