

INFORMATIONEN- UND LERNMATERIAL FÜR DIE ENERGY CULTURE CAMPAIGN

LEITFADEN

N.DELIVERABLE D.T4.2.1.

Version 01

06.06.2017

d
e

E
it
d

by PP6 UNIBO





d N.DELIVERABLE D.T4.2.1. E
e Version 01 it
06.06.2017 d

by PP6 UNIBO



INHALT

	Seite
Ziele des Leitfadens	3
Inhalte erstellen	4
Auswahl relevanter und motivierender Themen	4
Verwendung entsprechender Sprache	5
Auswahl geeigneter Kommunikationskanäle	6
Das Programm starten	7
Die Aufmerksamkeit halten	7
Hilfsmittel für die Kampagne	8



1. Ziele des Leitfadens

Schülern fällt es oft leicht ihre Mitschüler für ein Thema zu begeistern oder für eine Aktion zu werben, problematischer ist für sie jedoch, wie sie ein Thema angehen.

Folgende Tipps sollen dabei helfen:

Schüler sind täglich von anderen Schülern umgeben, mit denen sie ähnlich Wünsche und Vorlieben teilen und neuen Trends in der Regel sehr aufgeschlossen gegenüberstehen. Dennoch sollte bei der Kampagne stets darauf geachtet werden, dass das Ziel der Verhaltensänderung nicht aus dem Fokus gerät.

Dieser Leitfaden ist für all diejenigen gedacht, die in der Schule für das Energiemanagement zuständig sind oder unterstützende oder kommunikative Rollen in der Schule einnehmen. Der Leitfaden bietet Ideen und Grundlagen, um andere Leute, nicht nur Schüler, zum Energiesparen zu motivieren. Damit bringt er einen langfristigen Nutzen für die Leute, die Organisation und die Umwelt. Wie man selbst am besten auf Energiesparen aufmerksam macht, hängt von dem eigenen Umfeld ab. Daher sollte Sie bei diesem Leitfaden darauf achten, inwiefern die enthaltenen Informationen auf Ihre Schule und Ihr Umfeld übertragen werden kann und wie Sie die energy culture campaign am besten ausgestalten. Vielleicht habe Sie auch bereits Initiativen gestartet, die Sie weiter ausgestalten können oder vielleicht benötigen Sie eine neue Herangehensweise, um auf das Thema Energiesparen aufmerksam zu machen.

Sie werden wahrscheinlich nicht alle hier beschriebenen Ideen benötigen, wählen Sie also nur die aus, die für Ihre Situation/Umgebung am geeignetsten sind.

Die folgenden vier Schritte zeigen, wie mit einer Kampagne das Bewusstsein der Leute für ein Thema durch Mitteilungen und Kommunikationskanäle geweckt werden kann.

Schritt 1: Inhalte erstellen

Schritt 2: Relevante und motivierende Themen auswählen

Schritt 3: geeignete Sprache verwenden

Schritt 4: die richtigen Kommunikationskanäle auswählen



Heutzutage wird man ständig mit Werbemitteilung überhäuft, sodass man bei der eigenen Kampagne darauf achten sollte, diese nicht zu viel zu umwerben. In der Regel konzentrieren sich Personen auf das was sie interessiert und ignorieren das übrige. Der Werbeslogan und die Botschaft sollten daher schlagkräftig und vielseitig sein, um verschiedene Personen anzusprechen.

2. Inhalte erstellen

Denken Sie daran, welche Botschaft Sie wie an welche Zielgruppe übermitteln wollen. Wie teilen Sie beispielsweise am besten Ihren Kollegen den aktuellen Energieverbrauch mit und wie dieser reduziert werden kann?

Einige Hintergrundinformationen zu den wissenschaftlichen Erkenntnissen und der Bedeutung von Energieeinsparungen an Schulen können Sie auf mögliche skeptische Rückfragen vorbereiten. Eine gute Quelle dafür ist der Energy Guardians Smart-School Management Plan. Informationen daraus können für Präsentationen, Poster o.ä. verwendet werden, wenn Ihre Zielgruppe Wert auf Fakten und genaue Angaben legt und mit diesen überzeugt werden kann.

Des Weiteren sollte darauf geachtet werden, dass die Zielgruppe nicht durch zu viele Informationen auf einmal verwirrt oder abgeschreckt wird. Es bietet sich an die Informationen thematisch zu gruppieren: z.B. in Heizen, Beleuchtung, Computer, etc. Insbesondere im Klassenzimmer ist es wichtig klare, einfache und nicht zu viele Anweisungen zu geben, z.B.: „Könnt ihr bitte während der Mittagspause alle ungenutzten Lichter ausschalten?“.

3. Auswahl relevanter und motivierender Themen

Bei kaltem Wetter sollten sich die angesprochenen Themen möglichst auf das Heizen beziehen, bei warmem Wetter möglichst auf das Kühlen. In der übrigen Zeit könnten Themen wie Beleuchtung oder verbrauchsrelevante Elektrogeräte besprochen werden. Die Angestellten und Schüler der Schule könnten möglicherweise nicht auf Anweisungen zum Energiesparen reagieren. Die Anweisung „Schaltet die Lichter aus, wenn sie nicht benötigt werden“ kann ohne vernünftige Erklärung mit Gleichgültigkeit oder möglicherweise sogar mit Protest begegnet werden. Indem Sie die dazugehörigen Gründe erklären, können Sie einen Anreiz für die Verhaltensänderung schaffen und Andere stärker motivieren.

Personen werden aus verschiedenen Gründen Energie einsparen, auch Ihre Position und der Zeitraum, seitdem sie in der Organisation sind, können dabei eine Rolle spielen. Es könnte auch wichtig sein miteinzubeziehen, welche Dinge außerhalb der Arbeit ansprechen. Personen im Managementbereich könnten möglicherweise starker an finanziellen Einsparungen interessiert sein, andere Angestellte möglicherweise eher an praktischen Vorteilen, die den Arbeitsalltag erleichtern, wie bessere Geräte oder Räumlichkeiten.



Nutzen Sie die folgende Tabelle als Hilfestellung, um zu entscheiden, was die Personen um sie herum motivieren könnte.



Motivation	Erklärung
Umwelt	Machen Sie deutlich, welche positiven Auswirkungen die Energieeinsparungen vor Ort für die Umwelt haben. Gehen Sie zum Beispiel auf die mögliche CO ₂ -Einsparungen ein.
Anderen helfen	Die Schule könnte beispielweise einen Anteil an den eingesparten Energiekosten den JEGs für Schulaktivitäten zur Verfügung stellen.
Verbesserungen beim Komfort oder der Produktivität	Der Komfort und die Produktivität in einer Schule könnten durch die bessere Kontrolle der Heizung und Beleuchtung erhöht werden, indem ein besseres Arbeitsumfeld geschaffen wird.
Einsparungen zuhause	Schüler können darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie die Möglichkeiten zum Energieeinsparen auch zu Hause anwenden und auch dort Energiekosten sparen können.
Moral	Etwas für die Umwelt zu tun, wird von den meisten Personen als positiv und sozial gewertet. Es kann daher auch wirken an die moralische Verantwortung zu appellieren.
Wettbewerb	Im Allgemeinen messen sich junge Leute gerne im Wettstreit miteinander. Einen Wettbewerb zu veranstalten, welchen Klassenzimmer bspw. die größten Energieeinsparungen erzielen kann, könnte für die Schüler motivierend sein.
Anerkennung	Anerkennung für die Maßnahmen und erfolgreiche Verbesserungen in der Schule kann zu weiteren Maßnahmen und Lösungen motivieren.



4. Verwendung entsprechender Sprache

Ebenfalls von Bedeutung ist die Verwendung einer Sprache entsprechend der Zielgruppe. Wenn Sie nicht gerade ein technisch versiertes Publikum ansprechen, sollten Sie keine Fachbegriffe verwenden. Halten Sie es einfach und verständlich. Überlegen Sie wie bislang innerhalb der Organisation kommuniziert wird. Ist dies die richtig Weise? Wird inhaltlich alles verstanden?

Die ersten Mitteilungen sind besonders wichtig. Sie sollten Aufmerksamkeit erregen und einen Denkanstoß geben, sodass das Interesse der Zielgruppe geweckt und anfängliche Widerstände möglichst vermieden werden. Geeignet für die erste Ansprache wäre ein Treffen des Schulpersonals oder Ähnliches.

5. Auswahl geeigneter Kommunikationskanäle

Wenn Sie Ihre Zielgruppe und die Botschaft, die Sie vermitteln wollen, festgelegt haben, überlegen Sie sich wie Sie das Thema vermitteln können. Am besten verwenden Sie mehrere Herangehensweisen, da Personen unterschiedlich auf die möglichen Kommunikationskanäle reagieren. Manche fühlen Sie sich starker durch bildliche Mitteilungen angesprochen, andere durch geschriebene und wieder andere durch verbale Kommunikation. Es gibt vielerlei Arten ein Thema publik zu machen, die sich je nach Publikum und Botschaft unterschiedlich gut eignen.

Wählen Sie die geeignetsten für Ihre Organisation aus und achten Sie dabei auch auf die Umsetzbarkeit und den erwarteten Einfluss. Die Tabelle unten zeigt verschiedene Möglichkeiten auf, mit denen auf das Thema Energiesparen aufmerksam gemacht werden kann.



Kommunikation skanäle	Erklärung
Informationen durch Newsletter	Einfach in der Umsetzung aber es besteht die Gefahr, die Zielgruppe mit Informationen zu überladen.
Informationen über eine Anzeigetafel	z.B. Informationen über den Stand/Aktuelles der Aktion/Umsetzung
Schülerhilfsmittel	Interaktive Hilfsmittel, die den Schülern dabei helfen effizienter zu arbeiten.
Poster und Sticker	Sind geeignet, um an das Energiesparen zu erinnern.
Mundpropaganda	Slogans können Interesse und Gesprächsthemen wecken.
Wettbewerb	Teilnahme am Wettbewerb zum Energieeinsparen
Treffen, Filme und Präsentationen	Besondere Veranstaltungen zum Energieeinsparen ist eine ideale, direkte Möglichkeit ein Thema zu vermitteln

Sie können dazu eigenes Material erstellen und an Ihre jeweilige Schule anpassen. Die Themen und Slogans sollten kurz und einprägsam sein und zum Nachdenken anregen. Wählen einen prägnanten Namen für Ihre Kampagne.

Nun kann es losgehen.

6. Das Programm starten

Wenn möglich sollten Sie die Initiative mit einer Veranstaltung oder einem Treffen starten. Ein Themen-Tag oder eine Themen-Woche rund um das Energiesparen könnte ein geeigneter Beginn der Kampagne darstellen, auch wenn diese dann über längere



Zeit hinweg fortgeführt wird.

- Stellen Sie sich das sich das Event nicht mit anderen überschneidet.
- Wählen Sie einen Zeitraum an dem die Personen teilnehmen können.
- Stellen Sie sich, dass jeder weiß, wann das Event stattfindet.
- Wenn möglich, machen Sie das Event auch extern publik.
- Wenn es bei Ihnen ein PR Team gibt, fragen Sie dieses eine Pressemitteilung zu schreiben.
- Eine Führungskraft sollte bei dem Event teilnehmen, um diesem einen offiziellen Charakter und Ernsthaftigkeit zu verleihen
- Vergessen Sie nicht ein Meinungsbild der Leute einzuholen.

Verteilen Sie das Material, die Mitteilungen und die Arbeitsaufträge nach und nach in Phasen – Machen Sie nicht alles auf einmal.

Es wird schwierig das Interesse und die Unterstützung der Leute hochzuhalten. Daher sollte, sobald das Programm angelaufen ist, mit dem entstandenen Elan weitergemacht werden.

7. Aufmerksamkeit halten

Es ist wichtig aus Ihren Erfahrungen zu lernen und diese im Programm zu berücksichtigen. Energiebewusstsein sollte genauso ein Teil der Unternehmenskultur werden wie Sicherheit, Qualität oder Kundenservice. Zusätzlich zu einer Kampagne bedarf es einer größeren Aufmerksamkeit für alle wesentlichen Elemente eines Energiemanagements. Dabei ist auch die Energiepolitik der Schule entscheidend, die das öffentliche Engagement der Schule zu Energieeffizienz und Umweltschutz deutlich macht. Sie demonstriert auch den Zuspruch der Führungsebene sowohl in als auch außerhalb der Schule.

Der Energy Guardians Smart School Management Plan (EGSSMP) gibt ausführliche Hilfestellungen, wie eine effiziente Energiepolitik in Schulen gelingen kann.

Es ist entscheidend auch neue Schüler über Energiethemen zu informieren und so das Energiebewusstsein zu fördern. Mit der Zusammenarbeit und dem Interesse der neuen Schüler werden auch die anderen Schüler an die Ziele und den Zweck von Energiesparmaßnahmen und ihre Verantwortung erinnert.

Um das Interesse hochzuhalten:

- Machen Sie regelmäßig, in längeren Abständen, Mitteilungen. Passen Sie diese der aktuellen Situation an (d.h. denken Sie dabei daran, was bereits gut funktioniert und was noch nicht).
- Verankern Sie, wenn möglich, energiebewusstes Verhalten in Jobbeschreibungen und fügen umweltbewusstes Verhalten den persönlichen Zielsetzungen hinzu.



- Berücksichtigen Sie bei Arbeitsabläufen energieeffizientere Umsetzungsmöglichkeiten.
- Achten Sie sowohl beim Kauf neuer Geräte als auch bei deren Bedienung auf einen niedrigen Energiebedarf.
- Halten Sie Displays und Plakate auf dem neusten Stand und aktualisieren Sie diese regelmäßig.
- Wenn Wettbewerbe gut ankommen, führen Sie diese in regelmäßig Abschnitten erneut durch. Überlegen Sie, ob Sie Sponsoren dafür finden könnten.
- Halten Sie jedes Jahr eine Energiewoche ab. Nutzen Sie diese Gelegenheit, um die Botschaften der Kampagne für energiebewussteres Verhalten zu stärken. Variieren Sie den Kontext und die Herangehensweise, um das Interesse hochzuhalten.

Vor allem sollten Sie aber das Energiebewusstsein der Personen beobachtender und von den SEGs analysieren lassen.

8. Hilfsmittel für die Kampagne

Informationen durch Newsletter

- Eine direkte Methode der Kommunikation am Arbeitsplatz, wenn der Großteil der Beschäftigten auch an einem Computer arbeiten
- Newsletter ermöglichen es, gezielte Nachrichten zu Versenden
- Newsletter sind ein geeigneter Kommunikationskanal, um Mitteilungen zu der Verwendung von Computern zu machen.
- Newsletter können verwendet werden Fragen, Ideen der Vorschläge zu sammeln.

E-Mail Nachrichten sollten relevant und interessant sein. Nerven oder langweilen Sie Ihre Kollegen nicht. Halten Sie die E-Mails kurz und beschränken Sie sich auf das Wesentliche. Wenn möglich verwenden Sie Grafiken und Farben. Überladen Sie den Empfänger nicht mit zu vielen Nachrichten, dies kann zu negativen Reaktionen und entgegengesetztem Verhalten führen.

Informationen über eine Anzeige

- Nutzen Sie eine bestehende Ankündigungstafel o.ä. oder schaffen Sie ein Anzeigedisplay nur zum Thema Energie als zentrale Anlaufstelle für Fragen und Antworten rund um das Thema.
- Konzentrieren Sie sich bei ihren Mitteilungen auf ein oder zwei Aspekte und ändern Sie diese regelmäßig um das Interesse hochzuhalten.
- Bringen Sie das Display dort an, wo alle, auch Besucher, es sehen können.
- Nutzen Sie ansprechende Bilder, z.B. Fotos, Comibilder, Grafiken zum Energieverbrauch. Viel Text wirkt wenig einladend und weckt selten das Interesse der Personen



- Verwenden Sie haltbar/langlebige Materialien. Beschichtete Displaymaterialien sorgen für Qualität und Langlebigkeit.

Schülerhilfsmittel

Tutorien, virtuelle Rundgänge, Rätsel, oder andere interaktive Hilfsmittel können Schülerinnen und Schüler dabei unterstützen effizienter zu arbeiten und ein besseres Verständnis über die Auswirkungen ihres Verhaltens zu bekommen.

Plakate

Plakate können für unterschiedliche Mitteilungen verwendet werden: Neuigkeiten, Fragen und Aufforderungen.

Sie könnten eine ganze Serie von Plakaten verwenden, die Sie entweder den allgemeinen zur Verfügung stehenden Plakaten entnehmen oder die Sie gezielt auf Ihrer Organisation hin abpassen.

Beachten Sie:

- Fokussieren Sie sich bei jedem Plakat auf einen anderen Inhalt
- Verwenden Sie Bilder
- Hängen Sie regelmäßig neue Plakate aus.
- Achten Sie auf die Qualität der Plakate, diese ist entscheidend für die Effektivität der Kampagne.
- Platzieren Sie die Poster an thematisch sinnvollen Orten und auf Augenhöhe. Hängen Sie die Plakate nicht an Fensterscheiben, um nicht das einfallende Sonnenlicht zu vermindern.

Ein Plakat wird meist verwendet, um auf aktuelle Aktionen aufmerksam zu machen. Entscheiden Sie sich für einen kurzen Schriftzug, damit dieser in großen und fettgedruckten Buchstaben auch aus der Entfernung gut zu erkennen ist. Plakate können auch zur Mundpropaganda beitragen.

Sticker

Wie Plakate können auch Sticker können auch Sticker dazu verwendet werden, um Personen auf Aktionen oder z.B. den Energieverbrauch von Geräten aufmerksam zu machen:

- Nutzen Sie Stickers um Geräte wie Scanner, Drucker, Computer oder ähnliches zu markieren.
- Verwenden Sie farblich verschiedene Sticker und geben Sie ihnen eine Bedeutung. Rot könnte beispielsweise für „nach der Nutzung sofort ausschalten“ stehen, grün für „Stand-by Modus erlaubt“
- Bei Lichtschaltern könnten beispielsweise die markiert werden, die als erstes Ausgeschaltet werden könnten (d.h. in den meisten Fällen die Lichtreihe neben den Fenstern).
- Stickers könnten auch dazu verwendet werden, die Geräte zu markieren, die besonders viel Energie verbrauchen.



Eine einfache Markierung kann somit verwendet werden, um eine Anweisung oder Botschaft zu transportieren. Aber achten Sie darauf die Verwendung von solchen Markierungen/Stickern an einem Beispiel zu erklären, damit diese auch beachtet und verstanden werden.

Mundpropaganda

Mundpropaganda ist oft die wirkungsvollste Art der Kommunikation. Erfolgreiche Mitteilungen sind daher die, die Informationen vermitteln und Leute dazu bringen, über das Thema zu reden.

Einprägsame Slogans und auf ihren Arbeitsplatz abgestimmte Nachrichten helfen dabei Gerüchte auszuräumen und negative Kommentare oder falschen Informationen, die sich im Umlauf befinden, entgegen zu wirken.

Wettbewerb

Wettbewerbe stellen ebenfalls eine gute Möglichkeit dar, die Mitarbeiter und Schüler zum Energiesparen zu motivieren. In einem Wettbewerb könnten beispielsweise verschiedene Teams, Abteilungen oder auch Schulen darum wetteifern, wer am meisten Energieeinsparen kann.

Auch andere Aufgaben, lassen sich als Wettbewerb gestalten:

- Die Gestaltung eines Posters zum Thema Energie
- Ein Videodreh
- Das Erstellen eines Quiz
- Die Auswahl eines Slogans

Je nach Art des Wettbewerbs können Sie Schüler und/oder Schulpersonal daran beteiligen. Schüler in einem Wettbewerb darum zu bitten ein Poster zum Energiesparen zu erstellen, ist eine gute Möglichkeit das Thema Energie persönlicher zu gestalten.

Die Schule könnte in einem Wettbewerb auch Energieeinsparziele formulieren, die die Schüler und Lehrer in Zusammenarbeit erreichen sollen. Um einen Anreiz zu schaffen, könnte die Schule dann bei Zielerreichung, den JEGs die Kosteneinsparungen die durch Energiesparmaßnahmen erzielt wurden, für Events o.ä. auszahlen.

Treffen, Filme, Präsentationen

Treffen sind geeignet, um direkt miteinander zu reden. So können Fragen schnell beantwortet werden und Auswirkungen oder Hilfestellungen näher und ausführlicher erläutert werden. Sie bieten außerdem einen geeigneten Rahmen, um auf Fortschritte und aktuelle Informationen zum Energiebedarf hinzuweisen. Wenn möglich sollte mit Projektoren und Präsentationen gearbeitet werden, um den Inhalt besser vermitteln zu können.

Social-Media

Social-Media (wie Facebook, Twitter und Instagram) sind wichtige



Kommunikationskanäle für Jugendliche und können auch von der Schule verwendet werden um Informationen und Details zu aktuellen Aktionen o.ä. mitzuteilen. Die JEGs sollten daher einen Verantwortlichen für Mitteilungen auf Social-Media-Seiten benennen.