

Kann energieautonomes Verhalten gefördert werden?

Inhalte, Methoden und Herausforderungen im Projekt way2smart

Ernst Gruber, wohnbund:consult

Die Herausforderung **way2smart**



Leistbares Wohnen



Energieautonomie



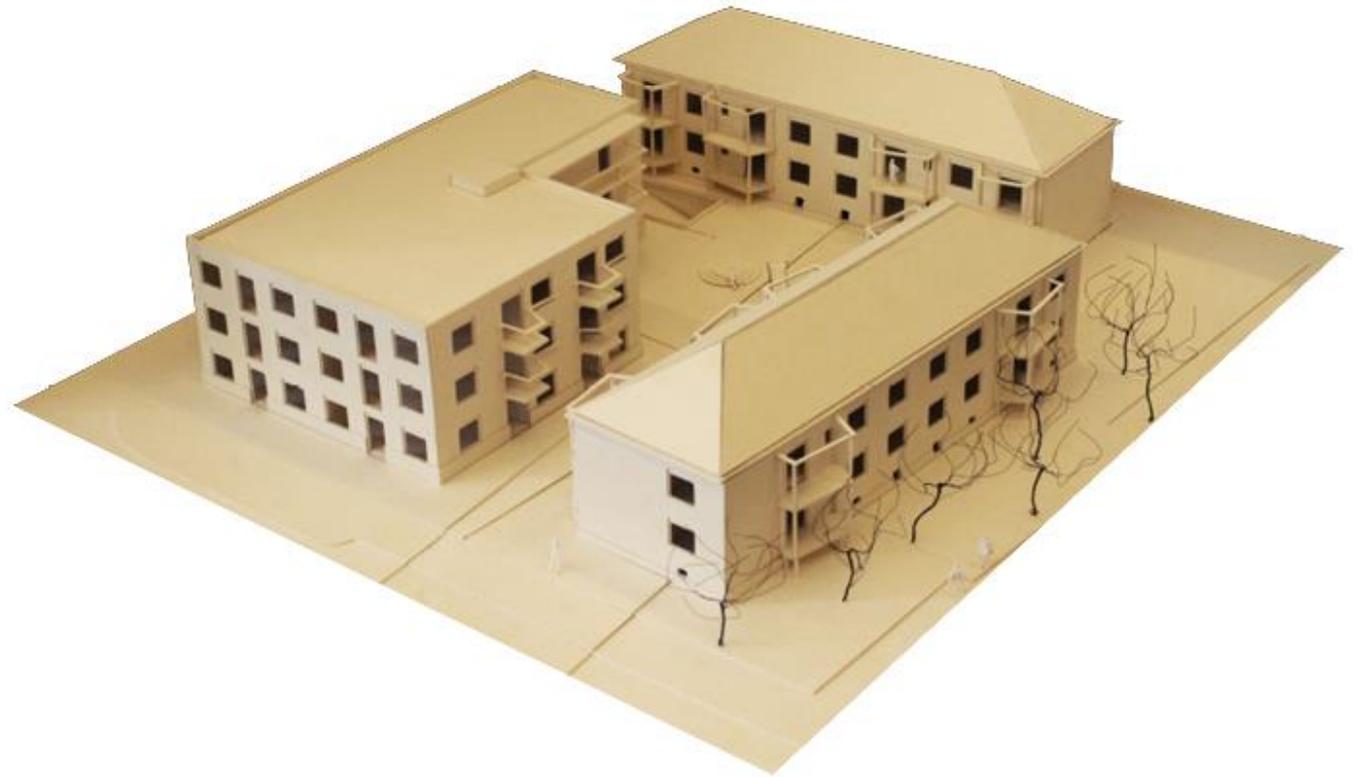
Breites
Mobilitätsangebot



Gemeinschaftliches
Miteinander

Die Herausforderung **way2smart**

- Das Gebäude
- Unsere Rolle im Forschungsprojekt
- Der Prozess bisher



Unsere Ziele

- Die „richtigen“ NutzerInnen finden
- Diese zur richtigen Nutzung anleiten und das Nutzerverhalten positiv beeinflussen
(vor allem Eigenstromverbrauch optimieren)
- Zur Weitergabe der Informationen anregen

Wie wollen wir diese Ziele erreichen?

- A - Zielgruppe sensibilisieren
- B - Inhalte konkretisieren
- C - Methoden

A - Zielgruppe sensibilisieren

A1 Kommunikation

breite Kommunikation der
Projekthalte

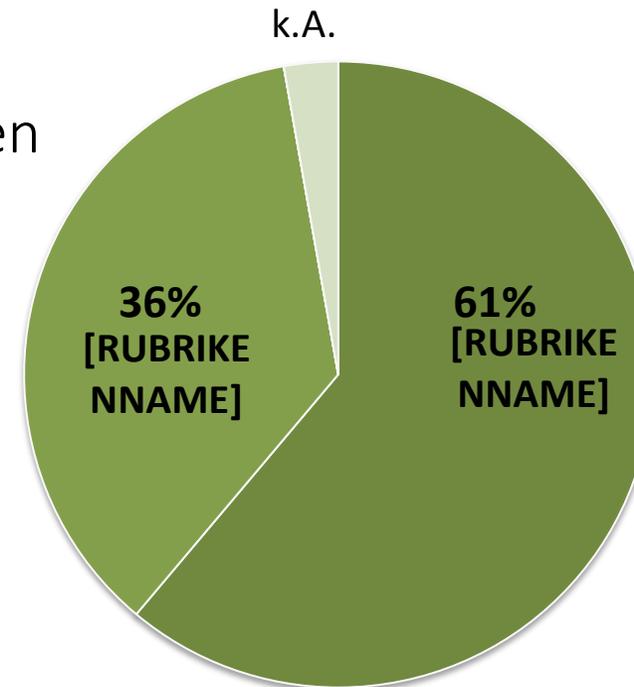


A - Zielgruppe sensibilisieren

A2 Befragungen

Befragungen

- vor Projektstart:
„Das Thema Energiesparen
ist für mich persönlich ...“

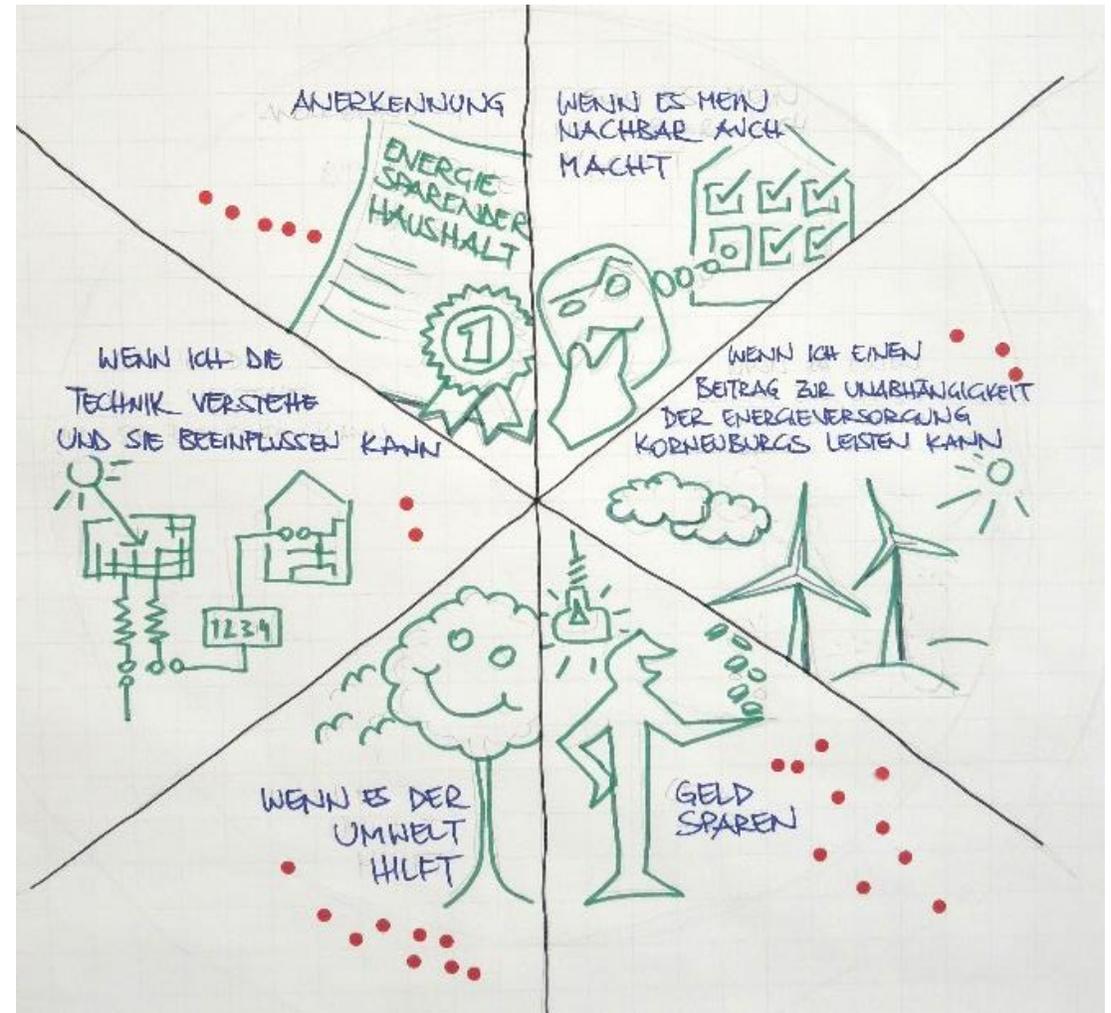


A - Zielgruppe sensibilisieren

A2 Befragungen

Befragungen

- vor Projektstart
- **bei einer Veranstaltung**
„Was würde Sie besonders zum Energiesparen motivieren?“



B - Inhalte konkretisieren

B1 Schnittstelle zum Nutzer

... in Gebäude und Wohnung:

- Wo liegt das Einsparungspotenzial?
- „Richtige Anwendung“
Kann in der Handhabe etwas falsch oder richtig gemacht werden?
- „alltagstaugliche“ Formulierung
Wie kann es verständlich kommuniziert werden?

B - Inhalte konkretisieren

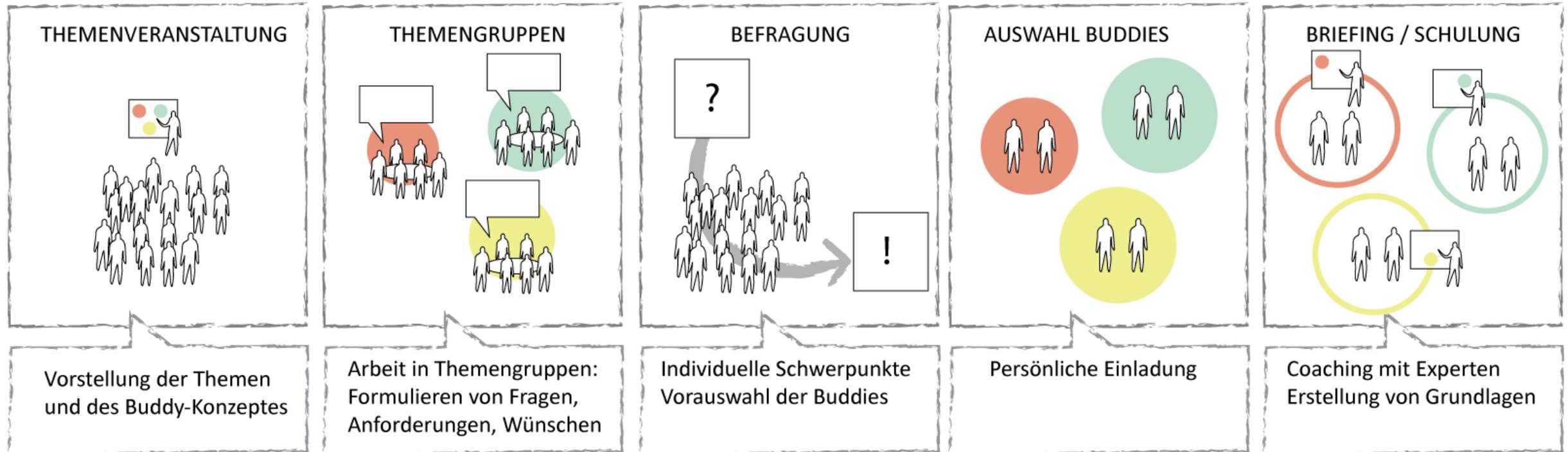
B2 Zusammenführen

... in drei Kategorien (aus den Projekthinhalten und den Erkenntnissen aus Veranstaltungen und Befragungen):

1. "Richtig nutzen - Geld sparen"
2. "Ehrgeiz wecken - Ziele stecken"
3. "Sensibilisieren / Emotionalisieren"

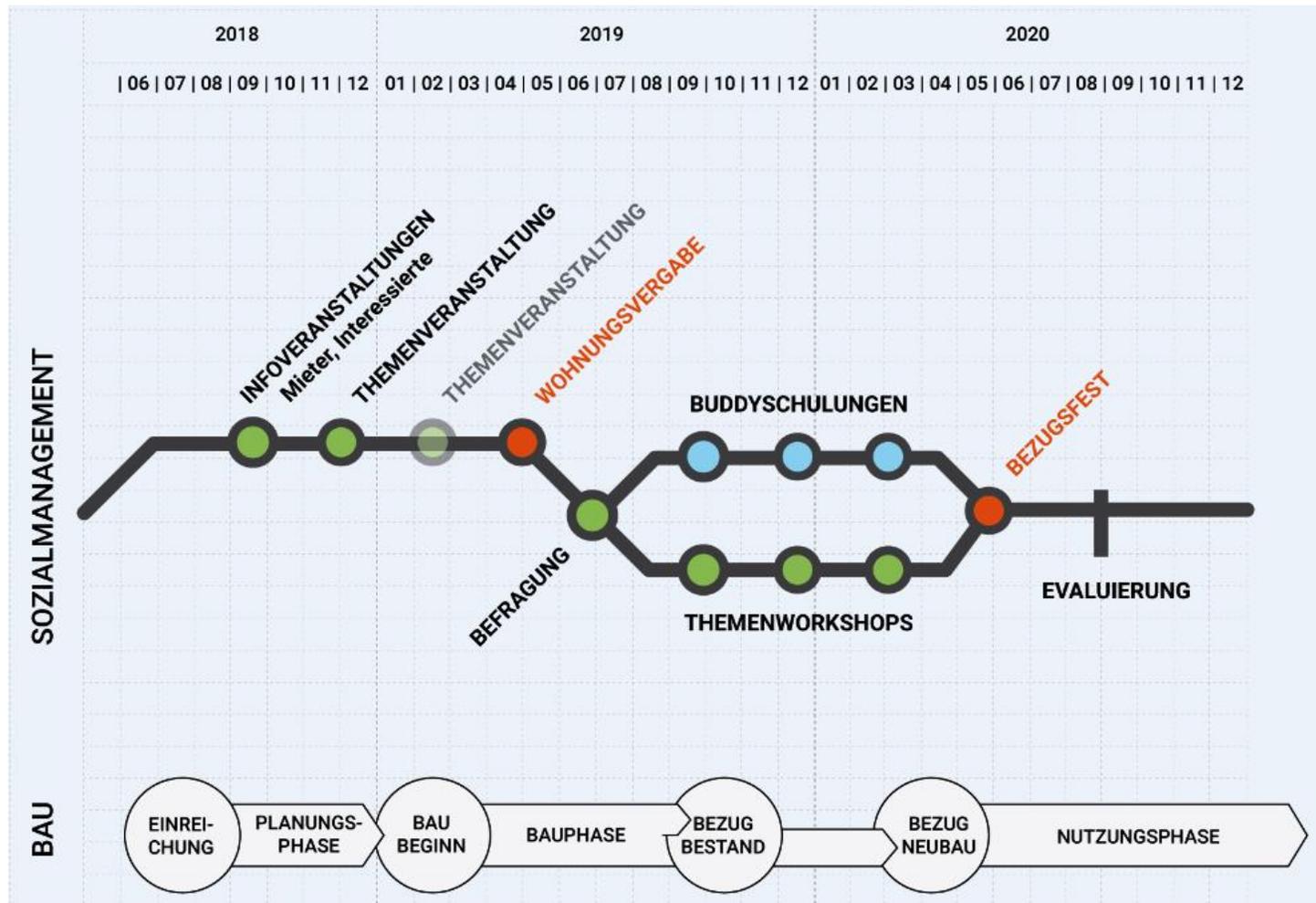
C - Methoden

C1 Buddy-System



C - Methoden

C1 Buddy-System



C - Methoden

C2 *Ihre* PV-Anlage

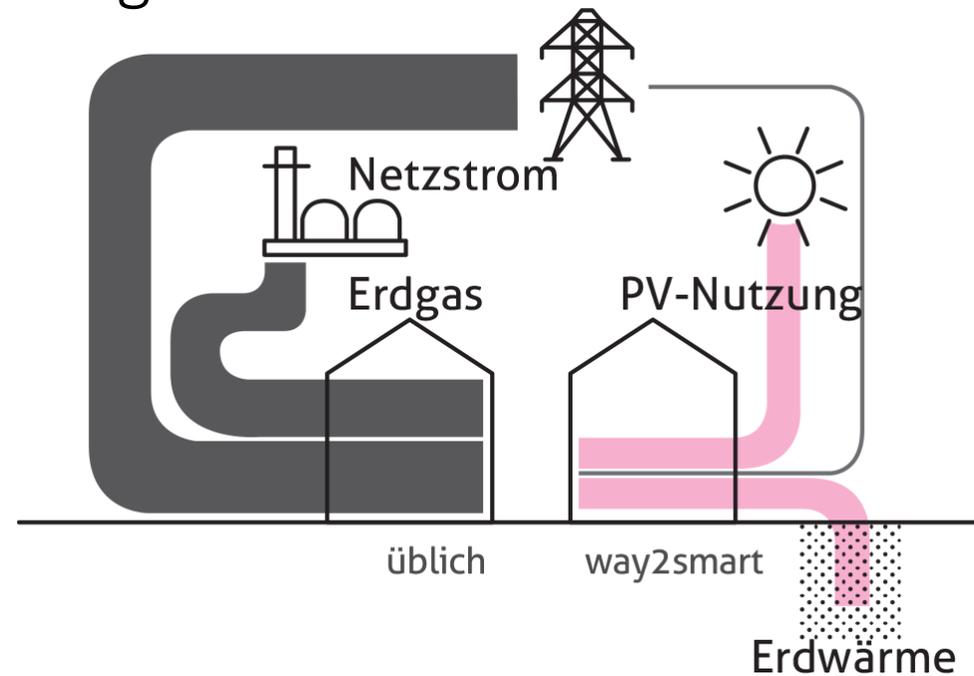
1. "Richtig Nutzen - Geld sparen"
2. "Ehrgeiz wecken - Ziele stecken"
3. "Sensibilisieren / Emotionalisieren"

„Für die Umsetzung und den Betrieb der PV-Anlage sollte jene Variante den Vorzug erhalten, nach der den Mietern im Projekt aus dem Bezug des Stroms keine zusätzlichen Kosten anfallen. Es soll ihnen kommuniziert werden, dass es *Ihre* Anlage ist.“

C - Methoden

C3 alltagstauglich kommunizieren

„Die Eigen-Energieproduktion deckt den Verbrauch fürs Wohnen und die Mobilität - geringerer Verbrauch bedeutet geringere Kosten“



Herausforderungen

- Motivation und Commitment der an der Umsetzung beteiligten Akteure über Projektverzögerungen hinweg aufrecht erhalten
- Erreichen der richtigen Zielgruppe
- Die Bedeutung des Themas Energiesparen trotz niedriger Energiekosten „rüberzubringen“
- Zielgruppe motivieren, ohne zu bevormunden

Fragen

- Spielt das Nutzerverhalten bei intelligenten Gebäuden überhaupt noch eine Rolle?
- Wie lassen sich komplexe Zusammenhänge gut vermitteln?
- Wie können Synergien zwischen technischen und sozialen Innovationen hergestellt werden?
- Welche Anreize braucht es, die Technik "richtig" zu nutzen?
- Welche kreativen Methoden haben sich in der Praxis schon bewährt und welche nicht?
- Welche Maßnahmen können gesetzt werden, um einem rebound-effect vorzubeugen?